الشائعات والحرب النفسية

صلاح محمد عبد الحميد



مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع

الشائعات والحرب النفسية



دكتور

عبد اللـه نجـيب

أ. صلاح محمد عبد الحميد

الناشر

مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع

7 شارع علام حسين - ميدان الظاهر - القاهرة

ت -0227876470 /0227867198

فاكس/ 0227876471

محمول/ 01112155522 - 01091848808

طبعة 2022

فهرسة أثناء النشر من دار الكتب والوثائق القومية المصرية

عبد الحميد ، صلاح محمد .

الشائعات والحرب النفسية / صلاح محمد عبد الحميد . ط 1 . القاهرة : مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع

130 ص ؛ 24 سم .

تدمك : 3-121-431-977

1 - الإشاعات

2-الدعاية السوداء

أ-العنوان 355,3434

رقم الإيداع : 17229

بسم الـلـه الرحمن الرحيم

(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًـا بِجَهَالَـةٍ فَتُصْـبِحُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ {6/49})

الحجرات 6

صدق الـلـه العظيم

مقدمة

منذ أن خلق الله الخليقة وُجد الصراع بين القوى ، صراعٌ يستهدف أعماق الإنسانية ويؤثر في كيان البشرية ، وإذا كانت الحروب والأزمات والكوارث والنكبات تستهدف بأسلحتها الفتاكة الإنسان من حيث جسده وبنائه ، فإن هناك حرباً سافرة مستترة تتوالد على ضفاف الحوادث ، وتتكاثر زمن التقلبات والمتغيّرات ، وهي أشدّ ضراوة وأقوى فتكاً؛ لأنها تستهدف الإنسان من حيث عُمقه وعطائه ، وقيمه ونمائه ، أتدرون ما هي هذه الحرب القذرة؟! إنها حرب الشائعات.

الشائعات من أخطر الحروب المعنوية ، والأوبئة النفسية ، بل من أشد الأسلحة تدميراً ، وأعظمها وقعاً وتأثيراً ، وليس من المبالغة في شيء إذا عُدَّت ظاهرةً اجتماعية عالمية ، لها خطورتها البالغة على المجتمعات البشرية ، وأنها جديرة بالتشخيص والعلاج ، وحَرِيَّةٌ بالتصدي والاهتمام لاستئصالها والتحذير منها ، والتكاتف للقضاء على أسبابها وبواعثها ، حتى لا تقضي على الروح المعنوية في الأمة ، التي هي عماد نجاح الأفراد ، وأساس أمن واستقرار المجتمعات ، وركيزة بناء أمجاد الشعوب والحضارات.

ظاهرة من جملة الظواهر التي تظهر في المجتمعات ، موضوع غاية في الأهمية يهم المجتمعات بشكل عام ، كل المجتمعات ، العربية وغير العربية، لكن أهميتها للمجتمعات العربية أشد ، نود طرحه في هذا الكتاب ، ألا وهو موضوع الشائعات.

وما أكثر الشائعات التي تُطلق في أوساطنا ونسمعها هذه الأيام، إشاعات مقصودة وإشاعات غير مقصودة ، فلا يكاد يشرق شمس يوم جديد إلا وتسمع بإشاعة من هنا أو من هناك.

فكم للشائعات من خطر عظيم في انتشارها وأثر بليغ في ترويجها. فالشائعات تُعتبر من أخطر الأسلحة الفتاكة والمدمرة للمجتمعات والأشخاص.

فكم أقلقت الشائعة من أبرياء ، وكم حطمت الشـائعة مـن عظـماء ، وكـم هـدمت الشائعة من وشائج (صلات وعلاقات) ، وكم تسببت الشائعات في جرائم ، وكم فككت الشائعة من علاقات وصداقات ، وكم هزمت الشائعة من جيوش ، وكم أخـرت الشـائعة في سير أقوام.

فإننا نرى الدول ، دول العالم كلها تهتم بها ، والحكام رؤساء الدول يرقبونها معتـبرين إياها ، بل إن كثير من دول العالم تسخر وحدات خاصـة في أجهـزة اسـتخباراتها ، لرصـد وتحليل ما يبث وينشر من شائعات في دولتها وبانين عليهـا توقعـاتهم للأحـداث ، سـواء على المستوى المحلي أو الخارجي.

صلاح محمد عبد الحميد



تعريف الشائعة

كثرت الشائعات في الآونة الأخيرة بشكل لافت للانتباه ، وهي لا تستثني جانبا من الحياة ، أو أمراً من الأمور ، بل تطال كافة المجالات، حتى لدى الأطفال الصغار أصبحت هناك شائعات تتناول اهتماماتهم، وأحياناً كثيرة يُوقن المرء أن تلك الشائعات لا تنطلق بصورة عشوائية، بل هي صناعة متقنة ومنظمة ، ولها خبراؤها وأوقاتها المناسبة . والشائعة مثل كرة الثلج التي تتدحرج ، وأثناء تدحرجها يكبر حجمها ويعظم جمهورها.

ترى من أين تكتسب الشائعات قوتها ؟ ، ومن يقف وراءها ؟ هل لديها قانون يسيرها؟ وما هي العوامل المساعدة على انتشارها ؟.

مفهوم الشائعة :

الشائعة في اللغة : قيل في اللسان العربي : " شيعت فلاناً اتبعتُهُ. وشايعه : تابعه وقوَّاه. ويقال : تشييع النار بإلقاء الحطب عليها، وشيَّعه : خرج معه عند رحيله ليودعه.

وتشيَّعَ في المشي: استهلك في هواه ، والشيوع : ما أوقد به النار ، يقال أشاع بالإبل وشايع بها مشايعة : أهاب بمعنى صاح ودعا.

وشاع الشيب : انتشر ، وشاع الخبر : ذاع . أشعت المال : فرَّقته. والشاعة : الأخبار المنتشرة ، ورجل مشياع : أي مذياع لا يكتم سرّاً. * قال الراغب الأصفهاني في المفردات: شاع الخبر أي : كثر وقوي ، وشاع القوم : انتشروا وكثروا ، والشيعة من يتقوى بهم الإنسان وينتشرون عنه.

قال (تعالى) : (**وَإِنَّ مِن شِيعَتِهِ لَإِبْرَاهِيمَ** {83/37}) (سورة الصافات 83)

(وَدَخَلَ الْمَدِينَةَ عَلَى حِينِ غَفْلَةٍ مِّنْ أَهْلِهَا فَوَجَدَ فِيهَا رَجُلَيْنِ يَقْتَتِلَانِ هَذَا مِن شِيعَتِهِ وَهَذَا مِنْ عَدُوِّهِ فَاسْتَغَاثَهُ الَّذِي مِن شِيعَتِهِ عَلَى الَّذِي

مِنْ عَدُوِّهِ فَوَكَزَهُ مُوسَى فَقَضَى عَلَيْهِ قَالَ هَذَا مِنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ عَدُوٌّ مُّضِلٌّ مُّبِينٌ {15/28}) (سورة القصص 15)

(إِنَّ فِرْعَوْنَ عَلَا فِي الْأَرْضِ وَجَعَلَ أَهْلَهَا شِيَعًا يَسْتَضْعِفُ طَائِفَةً مِّنْهُمْ يُذَبِّحُ أَبْنَاءهُمْ وَيَسْتَحْيِي نِسَاءهُمْ إِنَّهُ كَانَ مِنَ الْمُفْسِدِينَ {4/28})(سورة القصص 4)

(وَلَقَدْ أَرْسَلْنَا مِن قَبْلِكَ فِي شِيَعِ الأَوَّلِينَ {10/15})(سورة الحجر 10)

(وَلَقَدْ أَهْلَكْنَا أَشْيَاعَكُمْ فَهَلْ مِن مُّدَّكِرٍ {51/54}) (سورة القمر 51)

الشائعة اصطلاحا :

قيل : (كل قضية أو عبارة مقدمة للتصديق تتناقل من شخص إلى شخص دون أن تكون لها معايير أكيدة للصدق).

وقيل : (هي اصطلاح يُطلق على رأي موضوعي معين كي يؤمن به من يسمعه وهي تنتقل عادة من شخص إلى آخر عن طريق الكلمة الشفهية دون أن يتطلب ذلك مستوى من البرهان أو الدليل).

ومن التعاريف أيضاً أنها :

(بثّ خبر من مصدر ما ، في ظرف معين ، ولهدف ما يبتغيه المصدر ، دون علم الآخرين ، وانتشار هذا الخبر بين أفراد مجموعة معينة) .

أو هي : (الأحاديث والأقوال والأخبار التي يتناقلها الناس ، والقصص التي يروونها دون التثبت من صحتها ، أو التحقق من صدقها).

والملاحظ أن هناك رابطاً وعاملا مشتركاً بين المعنى اللغوي ، والمعنى الاصطلاحي هو الانتشار والتزايد.

تعريف علماء النفس وعلماء الاجتماع للشائعة :

التعريف الأول : البورت ـ وبوتسمان :

الشائعة : إنها كل قضية أو عبارة نوعية مقدمة للتصديق و تتناقل من شخص لآخر عادة بالكلمة المنطوقة دون أن تكون معايير أكيدة للصدق وتدور حول أحداث أو حول شخصيات وتزدهر الشائعات في غيبة المعايير الأكيدة للصدق .

التعريف الثاني : لتشارلز اندال :

الشائعة : هي عبارة عن رواية تتناقلها الأفواه دون أن ترتكز على مصدر موثوق يؤكد صحتها .

التعريف الثالث يعرفها الدكتور : أحمد أبو زيد : بتعريفين :

التعريف الأول : الشائعة هي الأفكار التي يتناقلها الناس دون أن تكون مستندة إلى مصدر موثوق به يشهد بصحتها .

التعريف الثاني : الشائعة هي الترويج لخبر مختلف لا أساس له من الواقع .

والتعريف الثالث : هي المبالغة في سرد خبر يحتوي جزء ضئيلاً من الحقيقة.

التعريف الرابع : لـ جيمس دريفر :

الشائعة : عبارة عن قصة غير مُتحقَّق منها في المجتمع ، ويُزعم فيه حدوث واقعة معينة .

التعريف الخامس : لأبي النيل :

فيُعرِّفها بأنها أحاديث غير موثوقة يتناقلها الناس عن أحوالهم وأحوال بلدهم خلال الشبكة الاجتماعية نتيجة تقييم الأخبار . ويمكن أن تتضمن الشائعات بعض القصص والنكت .

الرجف : الاضطراب الشديد ، والإرجاف : إيقاع الرجفة إما بالفعل وإما بالقول والأراجيف : ملاقيح الضن . والملاقيح : النوق التي في بطنها أولادها.

ومن هذا يتبين أن الأراجيف : هي الفتن المخفية داخل إطار الكلمة والتي تُحدث في الفرد والمجتمع اضطراباً شديداً وتخريباً ، وتأخذ هذه الأراجيف دورها التخريبي في وقت الأزمات السياسية والاقتصادية أو عند الحروب وحالات التوتّر الاجتماعي فينشط المخرّبون ودوائر الدعاية والمضادّة لبث الشائعات والأراجيف الباطلة في سبيل تحطيم معنويات الأمة وإثارة الخوف والقلق والبلبلة والشك . وقد حدثت هذه الحروب النفسية في عهد الرسول (ﷺ) في مجتمع المدينة ، إذ كان المنافقون واليهود يبثون الأراجيف وسط المجتمع في المدينة والقوم ، لذلك هدّد القرآن طابور المرجفين بالعقاب وتطهير المجتمع من أساليبهم لأنها أداة فساد في المجتمع وفتنه ..

وأخيراً فان الشائعة (كما وردت في موسوعة علم النفس للدكتور عبد القادر طه) هي عبارة عن خبر أو قصة أو حدث يتناقله الناس بدون تمحيص أو تحقُّق من صحته, وغالبًا ما يكون غير صحيح, أو يكون مبالغاً فيه سواء بالتهويل أم بالتقليل . ومن الناحية النظرية كان من المتوقع أن تتراجع الشائعات مع هذا الانتشار الرهيب لوسائل الاتصال حيث لم يبق هناك شئٌ مخفي , ولكن الواقع أن الشائعات تتزايد باستمرار , بل وتستفيد من وسائل الاتصال العادية والإلكترونية في مزيد من الانتشار.

تاريخ الشائعة

القارئ للتاريخ الإنساني يجد أن الشائعات وُجدت حيث وُجد الإنسان ، بل إنها عاشت وتكاثرت في أحضان كل الحضارات ، ومنذ فجر التاريخ والشائعة تمثّل مصدر قلقٍ في البناء الاجتماعي ، والانتماء الحضاري لكل الشعوب والبيئات. ولما جاء الإسلام اتخذ الموقف الحازم من الشائعات وأصحابها لما لنشرها وبثّها بين أفراد المجتمع من آثار سلبية ، على تماسك المجتمع المسلم ، وتلاحم أبنائه ، وسلامة لُحْمته ، والحفاظ على بيضته .

بل لقد عدّ الإسلام ذلك سلوكاً مرذولاً منافياً للأخلاق النبيلة، والسجايا الكريمة ، والمثل العليا ، التي جاءت بها وحثت عليها شريعتنا الغراء من الاجتماع والمحبة والمودّة والإخاء والتعاون والتراحم والتعاطف والصفاء ، وهل الشائعة إلا نسف لتلك القيم؟! ومعول هدم لهذه المثُل ؟!.

ومُروّج الشائعة لئيم الطبع ، دنيء الهمة ، مريض النفس ، منحرف التفكير صفيق الوجه ، عديم المروءة ، ضعيف الديانة ، يتقاطر خسَّة ودناءة ، قد ترسّب الغلّ في أحشائه ، فلا يستريح حتى يُزبد ويُرغي ، ويُفسد ويؤذي ، فتانٌ فتاكٌ ، سَاعٍ في الأرض بالفساد ، يجلب الفتن للبلاد والعباد.

إنه عضو مسموم ، ذو تجاسر مذموم ، وبذاء محموم ، يسري سريان النار في الهشيم يتلوّن كالحرباء ، وينفث سمومه كالحية الرقطاء ، ديدنه الإفساد والهمز ، وسلوكه الشر واللمز ، وعادته الخبث والغمز ، لا يفتأ إثارة وتشويشاً ، ولا ينفك كذباً وتحريشاً ، ولا يبرح تقوّلاً وتهويشاً .

فكم حصلت وحصلت من جناية على المؤهلين الأكْفَاء بسبب شائعة دعيٍّ مأفون ذي لسان شرير ، وقلم أجير ، في سوء نية ، وخبث طوية ، وهذا سرّ النزيف الدائم في جسد الأمة العربية.

ومنذ فجر التاريخ والشائعات تنشب مخالبها في جسد العالم كله ، لا سيما في أهل الإسلام والعروبة ، يروّجها ضعاف النفوس والمغرضون من أعدائنا ، ويتولى هؤلاء الأعداء عبر التاريخ ، لا سيما اليهود قتلة الأنبياء ونقضة العهود ، كبر الشائعات ، بغيةَ هدم صرح الوحدة العربية ، والنيل من أصحابها ، والتشكيك فيها ولم يسلم من شائعاتهم حتى الأنبياء عليهم صلوات الله وسلامه ، فقد تعرّضوا لحملة من الافتراءات ، والأراجيف ضد رسالتهم ، تظهر حيناً ، وتحت جُنح الظلام أحياناً.

قال (تعالى) : (**فَفَرِيقاً كَذَّبْتُمْ وَفَرِيقاً تَقْتُلُونَ {87/2}**)(سورة البقرة 87)

إن تاريخ الشائعة قديم ، قدم هذا الإنسان ، وقد ذُكر في كتاب الله عز وجل نماذج من ذلك منذ فجر التاريخ ، وبقراءة في تاريخ الأنبياء عليهم السلام وقصصهم نجد أن كلاً منهم قد أثير حوله الكثير من الشائعات من قبل قومه ثم يبثونها ويتوارثونها أحياناً. ولا شك أن تلك الشائعات كان لها الأثر في إيجاد بعض المعوقات في طريق دعوة أولئك الأنبياء والرسل.

فهذا المسيح (عليه السلام) تشكك الشائعات المغرضة فيه وفي أمه الصِّديقة ، فقال (تعالى) : (**يَا أُخْتَ هَارُونَ مَا كَانَ أَبُوكِ امْرَأَ سَوْءٍ وَمَا كَانَتْ أُمُّكِ بَغِيًّا {28/19}**) (سورة مريم 28)

ويوسف (عليه السلام) نموذج من نماذج الطهر والنقاء ضد الشائعات المغرضة التي تمس العرض والشرف .

(**وَلَقَدْ هَمَّتْ بِهِ وَهَمَّ بِهَا لَوْلا أَن رَّأَى بُرْهَانَ رَبِّهِ كَذَلِكَ لِنَصْرِفَ عَنْهُ السُّوءَ وَالْفَحْشَاء إِنَّهُ مِنْ عِبَادِنَا الْمُخْلَصِينَ {24/12}**)(سورة يوسف 24)

ونبي اللـه هود (ﷺ) يُشاع عنه الطيش والخفة ، كما قال (تعالى) :

(قَالَ الْمَلأُ الَّذِينَ كَفَرُواْ مِن قَوْمِهِ إِنَّا لَنَرَاكَ فِي سَفَاهَةٍ وِإِنَّا لَنَظُنُّكَ مِنَ الْكَاذِبِينَ {66/7}) (سورة الأعراف 66)

ومرة يُشاع عنه أنه أصيب في عقله:

(قَالُواْ يَا هُودُ مَا جِئْتَنَا بِبَيِّنَةٍ وَمَا نَحْنُ بِتَارِكِي آلِهَتِنَا عَن قَوْلِكَ وَمَا نَحْنُ لَكَ بِمُؤْمِنِينَ {53/11} إِن نَّقُولُ إِلاَّ اعْتَرَاكَ بَعْضُ آلِهَتِنَا بِسُوَءٍ قَالَ إِنِّي أُشْهِدُ اللـهِ وَاشْهَدُواْ أَنِّي بَرِيءٌ مِّمَّا تُشْرِكُونَ {54/11}) (سورة هود 54) .

والشائعة التي انتشرت أن كفار قريش قد أسلموا ، وذلك بعد الهجرة الأولى للحبشة ، كانت نتيجتها أن رجع عدد من المسلمين إلى مكة ، وقبل دخولهم علموا أن الخبر كذب ، فدخل منهم من دخل وعاد من عاد ، فأما الذين دخلوا فأصاب بعضهم من عذاب قريش ما كان هو فارٌّ منه ، فلله الأمر من قبل ومن بعد.

وفي معركة أحد ، عندما أشاع الكفار أن الرسول (ﷺ) قتل ، فتّ ذلك في عضد كثير من المسلمين ، حتى أن بعضهم ألقى السلاح وترك القتال ، فتأملوا تأثير الإشاعة.

والشائعة الكاذبة التي صُنعت ضد الخليفة الراشد عثمان ابن عفان (رضي الله عنه) ترتب عليها أن تجمَّع أخلاط من المنافقين ودهماء الناس وجهلتهم ، وأصبحت لهم شوكة وقُتل على إثرها خليفة المسلمين بعد حصاره في بيته وقطع الماء عنه ، بل كانت آثار هذه الفتنة ، أن قامت حروب بين الصحابة الكرام كمعركة الجمل وصفين.

مَن كان يتصور أن الشائعة تفعل كل هذا ، بل خرجت على إثرها الخوارج ، وترتب عليها ظهور بعض الفرق الأخرى كالمرجئة والقدرية ، ثم انتشرت البدع بكثرة وظهرت فتن وقلاقل كثيرة ، ما تزال الأمة الإسلامية العربية تعاني من آثارها إلى اليوم.

والسيرة العطرة لرسول الهدى (ﷺ) أنموذج يحمل في طياته نماذج حية لتاريخ الشائعات ، والموقف السليم منها ، فقد رُميت دعوته المباركة بالشائعات منذ بزوغها فرُمي بالسحر والجنون والكذب والكهانة ، وتفنن الكفار والمنافقون الذين مردوا على النفاق في صنع الأراجيف الكاذبة ، والاتهامات الباطلة ضد دعوته (ﷺ) .

ولعل من أشهرها قصة الإفك ، تلك الحادثة التي كشفت عن شناعة الشائعات وهي تتناول بيت النبوة الطاهرة ، وتتعرّض لعِرْض أكرم الخلق على الله (ﷺ) وعِرْض الصدّيق والصدّيقة وصفوان ابن المعطل -رضي الله عنهم أجمعين -وتشغل هذه الشائعة المسلمين بالمدينة شهراً كاملاً ، والمجتمع الإسلامي يصطلي بنار تلك الفِرْية ، ويتعذّب ضميره ، وتعصره الشائعة الهوجاء عصراً ، ولولا عناية الله لعصفت بالأخضر واليابس ، حتى تدخّل الوحي ليضع حداً لتلك المأساة الفظيعة ، ويرسم المنهج للمسلمين عبر العصور للواجب اتخاذه عند حلول الشائعات المغرضة .

حديث الإفك :

مد المنافق عبدالله بن أُبي بن سلول بصره ، فإذا بالصِّديقة بنت الصِّديق عائشة رضي الله عنها وأرضاها على ظهر بعير آخذ برأسه صحابي جليل ألا وهو صفوان بن معطل السلمي . فما إن وقع بصر رأس النفاق على هذه الصورة حتى أطلق كلمة الكذب الرهيبة ، فانتشرت كلمته في المدينة كما تنتشر النار في القش .

وأحدثت هذه الكلمة آثاراً سلبية عديدة في المدينة المنورة ، فهذا رسول الله يمتلىء قلبه حزناً على ما قد سمع ، وكيف لا يدخل الحزن إلى قلب الرسول (ﷺ) وإشاعة الكذب تطول عرضه وأهل بيته . وفيمن ؟؟ في أحب إنسانة إليه. وقد سُئل النبي (ﷺ) عن أحب النساء إليه فقال " عائشة " . وعن أحب الرجال فقال " أبوها " .

بل إن إشاعة الكذب هذه كادت أن تقوض مجتمع المدينة بأسره ، فهذا أسيد بن حضير سيد الأوس وسعد بن عبادة سيد الخزرج ، وكل يقف في وجه الآخر وقد ملأ قلبه غضب وما أشعل نار الفتنة في قلبيهما إلا إشاعة الكذب التي أطلقها رأس النفاق قد دخلت بينهما ، فكادت أن تشعل نار الحرب والفتنة بين الأوس والخزرج ، تلك النار التي قد أطفأها الإسلام بنوره.

بل إن أثر إشاعة الكذب امتد ليجعل صحابية جليلة تدعو على ولدها الصحابي الجليل الذي شهد بدرًا وهو من المهاجرين ، فتقول : تعس مسطح ، تدعو على ولدها بالتعاسة لأنه سمح للسانه أن يتناقل حديث الإفك .

وهكذا انقسم مجتمع المدينة إلى قسمين : قسم اندفع وراء قول رأس النفاق وعبَّر عما في قلبه من حقد ، وانضم إلى هذا القسم فئة تأصَّل في قلبها الإيمان ولكنه الولوج في الخطأ ، وقسم وقفوا وصدوا إشاعة الكذب في المدينة ملأت قلوبهم إيماناً وفاض الإيمان على أفعالهم ، فأضفي عليهم الوقار والحكمة فحفظهم من الولوج في الخطأ .

تقول عائشة - رضي الله عنها -: "فمكثتُ شهراً لا يرقأ لي دمعٌ ولا أكتحل بنوم" ، حتى برّأها الله من فوق سبع سماوات ، - رضي الله عنها وأرضاها-.

(لَوْلَا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ ظَنَّ الْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بِأَنفُسِهِمْ خَيْرًا وَقَالُوا هَذَا إِفْكٌ مُّبِينٌ {12/24} لَوْلَا جَاؤُوا عَلَيْهِ بِأَرْبَعَةِ شُهَدَاء فَإِذْ لَمْ يَأْتُوا بِالشُّهَدَاء فَأُوْلَئِكَ عِندَ اللهِ هُمُ الْكَاذِبُونَ {13/24} وَلَوْلَا فَضْلُ اللهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ لَمَسَّكُمْ فِي مَا أَفَضْتُمْ فِيهِ عَذَابٌ عَظِيمٌ {14/24} إِذْ تَلَقَّوْنَهُ بِأَلْسِنَتِكُمْ وَتَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُم مَّا لَيْسَ لَكُم بِهِ عِلْمٌ وَتَحْسَبُونَهُ هَيِّنًا وَهُوَ عِندَ اللهِ عَظِيمٌ {15/24} وَلَوْلَا

إِذْ سَمِعْتُمُوهُ قُلْتُم مَّا يَكُونُ لَنَا أَن نَّتَكَلَّمَ بِهَـذَا سُبْحَانَكَ هَـذَا بُهْتَـانٌ عَظِـيمٌ {16/24} يَعِظُكُمُ الـلـهُ أَن تَعُودُوا لِمِثْلِهِ أَبَدًا إِن كُنتُم مُّؤْمِنِينَ {17/24})سورة من 12 :17

إن هذه الحادثة هو حدث الأحداث في تاريخـه (ﷺ) ، فلـم يُمكـر بالمسـلمين مكـرٌ أشد من تلك الشائعة ، وهي مجرد إشاعة مختلقة بيَّن الـلـه تعالى كذبها .

وهكذا وعلى مر العصور والأزمان ومنذ الإفك فإن من يطلق إشاعة أو يتناقلهـا فإنـه يُدخِل نفسه في دائرة القسم الأول التي على رأسها عبدالـلـه بـن أبى بـن سـلول . وهـذا القسم جزاؤه إما أن يهوي بكلمة الكذب التي أطلقها 70 خريفاً في نار جهنم كـما أخـبر بذلك الرسول (ﷺ)، وإما أن يُوصف بالكذب إلحاقاً بالكلمة التي تناقلها كما يحـذر مـن ذلك رسول الـلـه (ﷺ) عندما قال : " كفي بالمرء كذباً أن يحدث بكل ما سمع " .

أما من يقف حاجزًا أمام انتشار كلمة الكذب والشائعة فإنه أدخل نفسه مع القسـم الذي كان فيه خير صحابة رسول الـلـه (ﷺ) ، شعارهم في ذلك قول المصطفي : "" مـن كان يؤمن بالـلـه واليوم الآخر فليقُلْ خيراً أو ليصمت "" .

وهـا نحـن اليـوم نمـر في اختبـار تحديـد الاتجاهـات ، ففـي وقـت الشـدائد تـنـتشر الشائعات وعلى كل شخص منا أن يحدد مع أي الفريقين يريد أن يكون .

ضـحكتُ فقالوا : ألا تحتشم ** بكـ ـيتُ فقالوا : ألا تبتسـمْ ؟

بسـ ـمتُ فقالوا يرائي بهـا ** عبـستُ فقالوا : بدا ما كتم

ومن ذلك أيضاً: استغلال الكفار والمنافقين لحادث مـوت رسـول الـلــه (ﷺ) ، حـين أخذوا يشنون الحرب النفسية ضد المسلمين عن طريق الشائعات المغرضـة ، زاعمـين أن الإسلام قد انتهى ، ولن تقوم له قائمة حتى أثّـر ذلـك عـلى بعـض الصـحابة -رضي الـلـه عنهم-، وظل الناس في اضطراب حتى هيّأ الـلـه الصدّيق أبا بكر (ﷺ) فحسم الموقـف بتذكير الأمة بقول الحق - تبارك وتعالى :

(وَمَا مُحَمَّدٌ إِلاَّ رَسُولٌ قَدْ خَلَتْ مِن قَبْلِهِ الرُّسُلُ أَفَإِن مَّاتَ أَوْ قُتِلَ انقَلَبْتُمْ عَلَى أَعْقَابِكُمْ وَمَن يَنقَلِبْ عَلَىَ عَقِبَيْهِ فَلَن يَضُرَّ اللّهَ شَيْئًا وَسَيَجْزِي اللّهُ الشَّاكِرِينَ {144/3}) (سورة آل عمران 144)

قانون الشائعة والعوامل الأساسية لانتشارها

الشائعة وباء اجتماعي وظاهرة مدمرة يجب مقاومتها والقضاء عليها ، وترجع أسباب ترديد الشائعات إلى انعدام المعلومات وندرة الأخبار بالنسبة للجماعة ، وغالباً نجد أن الشائعة تحتوي على جزء صغير من الأخبار أو الحقائق لكن بعد ترويجها تُحاط بأجزاء خيالية حيث يصعب فَصْل الحقيقة عن الخيال .

في أثناء الحرب العالمية الثانية وبعدها لاحظ عَالِما النفس ألبورت وبوستمان أهمية الشائعة والشائعة المضادة في التأثير في معنويات الناس وأفكارهم واتجاهاتهم ومشاعرهم وسلوكهم, ولاحظا أن الشائعات تنتشر أكثر في وقت الأزمات وفي الظروف الضاغطة أو المثيرة للقلق وفي فترات التحول السياسي أو الاجتماعي ووجدوا أيضَا أنها تنتشر حين يكون هناك تعتيما إعلامي أو غموض في المواقف أو كذب معتاد على ألسنة المسئولين الحكوميين أو تضليل متعمد ومعتاد عبر وسائل الإعلام المختلفة.

وقد قاما بعمل الكثير من التجارب عام 1945 ثم كللا جهودهما العلمية بوضع كتاب سيكولوجية الشائعة Psychology of Rumor , وفي هذا الكتاب وضعا معادلة انتشار الشائعة وهى تقول : إن انتشار الشائعة يساوى أهمية الموضوع المتصل بالشائعة مضروبًا في مدى الغموض حوله. وبناءاً على هذه المعادلة تصبح الشائعة أكثر انتشارا كلما كان الموضوع هاماً وغموضه كبيراً .

وعلى العكس لو فقد الموضوع أهميته أو كانت المعلومات حوله واضحة ومحددة أو بمعنى آخر لو أصبح أحد عناصر المعادلة صفراً فإن الناتج يكون صفراً وهو ما يعنى فشل الشائعة ؛ وهذه المعادلة مفيدة جداً لصانعي الشائعات والشائعات المضادة ومفيدة لمواجهة أثر تلك الشائعات ويعتمد عليها خبراء الشائعات في العالم .

ولقد حاول كل من البورت وبوستمان أن يضعا قانوناً أساسياً للشائعة في شكل معادلة جبرية .

شدة الشائعة = الأهمية × الغموض

أولاً : من حيث الأهمية : إن الشخص لا يهتم أساساً بنشر الشائعة طالما لا تعنيه .

ثانياً : من حيث الغموض : لا تكفي الأهمية وحدها لرواج الشائعات إذ يجب أن يصحب الأهمية الغموض الذي يحجب الحقيقة.

منشأ الشائعة وأساسها غالباً ما يكون :

- خبر من شخص.
- خبر من جريدة.
- خبر من مجلة.
- خبر من إذاعة.
- خبر من تلفاز.
- خبر من رسالة خطية.
- خبر من شريط مسجل.
- من ويب -web-

فهذه الوسائل هي طرق تناقل الأخبار بين الناس وانتشارها بينهم.

العـوامل المساعدة على انتشار الشائعة:

1.تنتشر الشائعة بين الجماعات المتجانسـة المتشـابهة في خصائصـها وخاصـة ثقافتهـا من حيث العقيدة , اللغة, العادات ، والقيم ، وطرق التفكـير ، فمـثلاً نجـد أن الشـائعة أكثر انتشاراً في الريف عنها في المدينة بالنظر إلى أن الريف أكثر انسجاماً وتجانساً.

2.سهولة الاتصالات وكفاءتها تيسر انتشار الشائعة بين جماعات متعددة.

3.يقل انتشار الشائعة في المجتمعات التي تقرر عقوبات على تداولها.

4.يزداد انتشار الشائعة كلما واكبتنا ظروف ممهدة كأزمة اقتصادية ، حرب عسكرية ، أحداث سياسية ... الخ.

5.زيادة ميل الناس (خاصة في المواقع الهامـة) إلى تزييـف الحقـائق أو إخفـاء أجـزاء منها مما يزيد من ضبابية وغموض الأشياء رغم الإعلان عنها أو عن جزء منها إضـافة إلى ضعف المصداقية في التصريحات والأخبار المعلنة وتناقضها مع الواقع.

6.رغبة الناس في معرفة المزيد وانفتاح شهيتهم لارتياد منـاطق مجهولـة أكـثر فـأكثر, ونستطيع أن نمثل لذلك بتجربة بسيطة يمكننا أن نُجريها أو نتخيلها وذلك بـأن نقـف في صحراء واسعة ومظلمة ليلاً ونضيء مصباحا قوته 50 وات فبذلك نحصل على دائرة ضوء وليكن قطرها متراً يحيط بها دائرة ظلام تتناسب مع هذا القطر.

فإذا استخدمنا مصباحاً قوته 100 وات حصلنا على دائرة ضوء أوسـع تحيطهـا دائـرة ظلام أوسع وهكذا ، أي أنه كلما اتسعت دوائـر المعرفـة اتسـعت معهـا دوائـر المجهـول وإذا كانت المعلومات الواضحة الصادقة الشفافة تغلق الباب أمام الشـائعات بخصـوص موضوع معين إلا أنه تبقى موضوعات أخرى غامضة تستوفي حقها بالشائعات.

تصنيف الشائعات

1. الشائعة الزاحفة (الحابية) : وهي تروج وتنتشر ببطء وبشكل غير علني وتنتهي في نهاية الأمر إلى أن يعرفها الجميع بنسج سلسلة لا تنتهي من القصص الوهمية الزائفة مثل القصص العدائية الموجهة ضد المسؤولين لتلطيخ سمعتهم . والشائعة الزاحفة هذه هى أقوى الشائعات تأثيراً وأكثرها قدرة على هزيمة الحقائق نفسها ، إذ إنها ، وكما يتضح من اسمها تبدأ هادئة ، بطيئة ، ولكنها تمتلك من القوة ما يسمح لها بالزحف في المجتمعات .

وبالانتقال بين الألسنة والآذان في سرعة ، بحيث تصبح راسخة قوية، مقنعة ، حتى وإن لم تستند إلى منطق سليم .. والغرض الرئيسى للشائعة الزاحفة ، هو توجيه الفكر العام نحو أمر بعينه ، أو فكرة بذاتها، بحيث تقر في القلوب والنفوس ، وتصبح قادرة على تحطيم الروح المعنوية ، أو سلب الإرادة العامة ، عندما تحين لحظات المواجهات .

وأشهر ما عُرف من الشائعات الزاحفة ، هو فكرة قوة الجيش الإسرائيلى ، ومناعته وفكرة أنه غير قابل للهزيمة .. وخلال الحرب العالمية الثانية ، استخدم (جوبلز) ، وزير الدعاية النازى، شائعة السلاح السرى الألمانى ، ليحطم إرادة الإنجليز ، ويوهمهم بأن هزيمتهم حتمية ، حتى لو أوحت تطورات الموقف بعكس هذا.

والشائعة الزاحفة قادرة على دفع شعب كامل إلى الاستسلام قبل حتى أن يواجه عدوه ، لتصوره أن هذا العدو يفوقه قوة بمئات المرات ، أو يمتلك سلاحاً رهيباً ، قادراً على إبادته بلا رحمة ..الخ

2. شائعات العنف : هي تلك الشائعات التي تروج أثناء الكوارث والانهزامات الساحقة أو الانتصارات الباهرة من صفاتها أنها تتسم بالعنف وتنتشر بين أعداد كبيرة بسرعة تستند على انفعالات قوية غضب ، حزن ، فرح . وهذا النوع من الشائعات يعتمد على نشر أكذوبة قوية ، مخيفة ، تدفع فئة ما ، أو حتى

كل الفئات إلى الغضب والثورة والاندفاع إلى التدمير أو التخريب ، دون أن تتوقف للتفكير في الموقف ، ودراسته ، وتبين صحته أو كذبه ..

والمثال الواضح للشائعات القوية ، هو أحدث الأمن المركزى في أواخر ثمانينيات القرن العشرين (إبريل 1986 م) ، عندما سرت بين قوات الأمن المركزى شائعة تقول إن فترة تجنيدهم ستتضاعف في ظروف معيشية سيئة للغاية .. وبمنتهى العنف انطلق جنود الأمن المركزى يعلنون رفضهم .. وغضبهم .. وثورتهم .. واشتعلت الدنيا كلها .. وهذا بالضبط هدف الشائعات العنيفة .. أن تطلق المشاعر والانفعالات من عقالها ، بمنتهى العنف والقوة ، دون تفكير أو تدبير .. ومن هنا يبدو واضحاً أن الشائعات العنيفة هى عكس الشائعة الزاحفة تماما ، فهى تبدأ بسرعة والغرض منها نتائج سريعة ومباشرة ، وعنيفة .

3. الشائعات الغاطسة : الشائعة التي رُوِّجت إبان استيراد اللحوم المجمدة هي الشائعات التي تتواتر في ظهورها واختفائها من وقت إلى آخر. وهي تعاود الظهور إذا تكرر الموقف . والشائعة الغائصة تشبه كثيراً الشائعة الزاحفة ، من حيث بطئها وتوغلها ، وتغلغلها ، لكن تختلف عنها في أنها لا تمس قطاعاً حيوياً دائماً أو مستمراً من المجتمع ، وإنما تمس أمراً يتعلق بأوقات محدودة بعينها ، بحيث تغوص الشائعة في المجتمع معظم الوقت ، ثم تعود إلى السطح ، عندما يأتى دورها أو موسمها أو تأتى مناسبتها .. فلو أنها شائعة تتعلق بنقص الموارد الغذائية مثلاً ، فهى تختفي معظم أيام السنة ، لأن المواد متوفرة بالفعل ، ثم تعود إلى الظهور مع مواسم الصيف مثلاً أو في بدايات شهر رمضان .. والشائعات المالية هى أشهر أنواع الشائعات الغائصة مثل شائعات إصدار الحكومة لقانون ،يبيح لها الاستيلاء على الودائع البنكية للمواطنين ، أو على العملات الحرة في أرصدتهم ، وهى شائعة ترتبط دوماً بالأزمات الاقتصادية فهى غائصة دوماً في المجتمع ، ثم تظهر فجأة ، إذا ما واجه المجتمع أزمة مالية ، حتى ولو كانت مرحلية أو مؤقتة .. وغالباً ما تروج الشائعات ضد رجال الحكم والشخصيات البارزة في شكل حملات هامة للنيَّل من سمعتهم أو التشكيك في نزاهتهم من حين لآخر.

4. شائعات الأحلام والأماني : هي تلك الشائعات التي تعمل على تنفيذ الحاجات والرغبات والآمال ، وهي تعكس تفاؤلاً ساذجاً متبوعاً بالرضاء المؤدي إلى السرور وغالباً ما تكون هذه الشائعات إبان الحروب , إما بقرب انتهاء المعركة أو انتصار باهر حققه الجيش (إشاعة المدافع العملاقة لدى العراقيين) قبل الحرب الأولى.

5. شائعات الوهم والخوف : يكثر هذا النوع من الشائعات عندما ينتاب الناس الذعر والتوتر والقلق ، من شأنها إضعاف الثقة بالنفس بدعوى انهزامه وأمثلتها الشائعات المبالغ فيها من انتصارات جيوش الأعداء في الحرب وتكبد لخسائر كبيرة في الأرواح والعتاد .

6. شائعات الفرقة ودق الإسفين : تهدف إلى تحقيق الفرقة بين الجماعات المتحالفة وتقلب الأفراد على بعضهم البعض وتهتم موضوعاتها بالفشل ، واتهام بالخيانة وعدم الولاء .

7. شائعات التفتيت : في هذا النوع تختلط الشائعات المتفائلة والمتشائمة تجاه موضوع هام معين مما يدمر القوى المعنوية للأفراد وتفتيتها فتدب الحيرة والقلق وعدم التميز ، بين ما هو صادق وما هو كاذب فيزداد الشك وعدم الثقة .

8. شائعات التمويه : تعمل هذه الشائعة على تشتيت التفكير وتحول دون معرفة أسرار الحقيقة وهذا بتسرب أخبار كاذبة تجعل من المشاع إليه في جو من اضطراب . وهذه الشائعات لها علاقة بالشائعات الغاطسة بحيث يقوم على تشويه شخصية وصورة الزعماء.

9. شائعات الذكرى : وهي تلك الشائعات التي يريد مروجوها بقاءها في أذهان الرأي العام كتلك الشائعات التي يروجها اليهود عن مآسي * هلوكوست * وفضائح النازيين مع اليهود. ومن حين لآخر يحيونها كي تبقى راسخة في أذهان الجمهور.

وهناك تصنيف آخر للشائعات :

الشائعة البيضاء : هي الدعاية المكشوفة غير المستورة وهي عبارة عن النشاط العلني من أجل هدف ، معيّن كما يكون ذلك في الصحف والإذاعة ووسائل الاتصال بالجماهير.

الشائعة السوداء : وهي الدعاية المستورة ، وتقوم عادة على نشاط المخابرات السرية ولا تكشف الدعاية السوداء مطلقاً عن مصادرها الحقيقية، ولكنّها تتوالد وتنمو بطريقة سرية.

الشائعة الرمادية : وهي الدعاية التي لا تخشى من أن يقف الناس على مصادرها الحقيقية ، ولكنها تختفي وراء هدف من الأهداف ، ويعبّر عنها بالدعاية غير المباشرة والدعاية غير المباشرة أقوى تأثيراً بدون شك من الدعاية المباشرة .

الشائعة التعبيرية : التي يعبر فيها الأفراد عن أنفسهم ومدى شعورهم تجاه الآخر أو ألازمه (فيمزج أمنياته وأحلامه بإطلاق قول ويتخيل أنه حدث بالفعل) ويطلقه وكأنه حقيقة حدثت فيرتاح ، وقد يحدث ذلك بسبب أنه يجهل تماماً أية معلومات حول المشكلة ، فيريد أن يصور لنفسه أن كل شىء رائع ويدعم الصورة الذهنية لنفسه ولجماعته ولكافة ما ينتمي إليه حتى يحمى نفسه لا إرادياً من الشعور بالخطر الذي قد يتهدده .

الشائعة التفسيرية : (تصدر عن الناس أنفسهم الذين صدموا من الحدث المفاجىء ويبحثون له مع أنفسهم عن تفسيرا أو سبب وإجابة عما حدث من أحداث) من ذهنها دون معرفة للسبب الحقيقي العلمي المنطقي الغير معروف تماماً حتى لا تستمر الحيرة لهم ، فالذهن يقفز إلى أسباب مايحدث ويفسرها حسب مافيه من خلفيه معلوماتية والتي غالباً ما تكون ضحلة غير منطقية على الإطلاق يسيطر عليها الخرافات .

الشائعة التبريرية : تصدر عن طريق مصدر معلوم ومحدد يصدر قراراً للجمهور وبعده مباشرة يصدر إشاعات للسيطرة على الرأي العام يبرر فيها هذا القرار وحكمته ورشده التام .

الشائعة التدميرية : لتدمير الصورة الذهنية لشخص (حقيقي أو معنوي) كيانه بقسوة بالغة من أجل مصلحة آحرين .

الشائعة العلاجية : (لعلاج الإحباط واليأس) بتمرير أخبار وهمية ولكنها محببة إلى نفوس الجماهير ويحلمون بها ولهم أولوية مطلقة في حياتهم (خاصة بمعجزات دينية) أو الصحة أو المال ، وهى شائعات قصيرة المدى الزمنى ، منها يتضح أن الشائعات تنقسم إلى :

1- الشائعات الوردية للتشجيع : تبث الأمل والأمانى والأحلام (تخرج من الناس أنفسهم لأنفسهم يعبرون فيها عن أحلامهم المكبوتة وتطلعاتهم المجتثة ، وهى تنتشر بين الناس لتشبع احتياجاً جوهرياً وضرورياً مُلحاً للنفس لهم من كثرة الإحباط فيتماسكون نفسياً ولا ينهارون .

2- إشاعات التخويف (تعزف على وتر الخوف لدى الإنسان) فتنشر الخوف والقلق والتوتر بل واليأس أحياناً ، وتنتشر وقت الأزمات ، فالإنسان وقت الخوف يكون مؤهلاً بشكل ممتاز لتوهم أمور كثيرة للغاية لا أساس لها من الصحة ويفسر الحوادث العادية تفسيرات خاطئة مملوءة بالوهم ويصدق كل ما يقال له ، ويكون ذا علاقة وثيقة بموضوع خوفه وقلقه ، ولا يصدقه عقله هو نفسه في وقت اتزانه النفسي.

من وسائل الإشاعات : أن وسائل الشائعات كثيرة ولكن نذكر بعضها :

- الجهال في المجتمع.
- الإذاعة والتلفزيون.
- الصحف والمجلات والكتب.
- العملاء والجواسيس.

- مرضى النفوس.
- مراكز التربية والتعليم.
- رياض الأطفال.
- مراكز الشباب الرياضية.
- الملابس والديكورات.
- المسرح.

ومعلوم أن بعض هذه الوسائل هي كالسيف ، قد تكون لـك وقـد تكـون عليـك ، إلا أننا نذكر الوسائل بشكل عام ويبقى الهدف من ورائها والأيادي التي تحركهـا هـي التـي تحكم عليها بالإيجاب أو السلب.

سيكولوجية الشائعات

والشائعة مـن المنطلـق السـيكولوجي هـي عبـارة عـن أقـوال أو أخبـار أو أحاديـث يخلقها البعض لأغراض خبيثة ويتناقلها الناس بحسـن النيـة , دون التثبـت مـن صـحتها والتأكد من صدقها ، فهي تنتقل عن طريق الدردشة أو الثرثـرة غـير المقصـودة في شـكل قصص أو روايات ليس لها أي أساس من الصحة ولكنها قابلة للتصديق مسببة حالة مـن التوتر والقلق.

فيشير العالم (ليون فستنجر) في نظرية التنافر المعرفي في قوله إن استقبال الأفراد أو الجماعة لمعلومات غامضة أو غير كافية أو غير مناسبة أو متناقضـة تخلـق لـديهم حالـة من مظاهر سوء الإدراك والفهم لمجريات الأحداث مسببة حالة من الارتباك والفوضى .

بحيث تبدأ الشائعة على شكل خبر ذى أهمية خاصة لدى جماعة من النـاس في ظـل ظروف من الغموض والالتباس وفي حالـة مـن التـوجس والخـوف مـن حـدوث شيء مـا بشرط أن تعبر الشائعة عن القلق الحبيس وأن تكون منفذاً للتفريغ .

يعتمد جزئياً عـلى نظريـة الجيشـتالت في علـم الـنفس. التـي تؤكـد عـلى أن الإدراك الحسي للأشياء ينحو دائماً نحو البساطة والانتظام والإحساس بالاكتمال. وبـأن الشـائعات تنبثق لتشرح المواقف المميزة التي تهمنا ولتريحنا من توتر الحيرة.

وهناك متغيرات أخرى بالإضافة إلى الأهميـة والغمـوض تـؤثر عـلى منشـأ الشـائعات ودوامهـا. فقـد قامـت الدارسـة في علـم الـنفس الاجتماعـي سـوزان أنطـوني ، في كليـة ثمالوديت في واشنطن ، بإحدى هذه الدراسات.

وهي قامت مؤخرا باختبار الفكرة المتضمنة في إحـدى نظريـات كـارل يونـغ ، والتـي تقول : " إن الإثارة العاطفية ضروريـة لاسـتمرار حيـاة الشـائعة ". وقـد أجـرت أنطـواني اختباراً قياسياً في القلق المزمن لعدد مـن الطـلاب الثـانويين في فيلادلفيـا ، وعـلى أسـاس نتائج الاختبار قامت باختيار الطلاب الذين كانوا يتميزون إما بدرجة عالية من القلق أو بالهدوء النسبي.

ثم اختارت بضعة طلاب من كل نوع وأخضعتهم لمقابلة مع مرشد توجيهي للتحدث حول النوادي التي كانوا ينتمون إليها. وخلال تلك المقابلة قام المرشد بطلب من الباحثة ، بإطلاق شائعة تقول بـأن صـعوبات ماليـة قـد تجـبر النـوادي عـلى وضـع حـد لـبعض أنشطتها ، ثم ذهب المرشد بعد ذلك تاركاً الطلاب مع أعضاء آخرين في النوادي .

عندما سُئل الطلاب فيما بعد إذا كانوا قد ناقشوا الشائعة فيما بينهم وجدت أنطـوني أن الطلاب ذوي الدرجة العالية من القلق نشروا الشائعة بحماس أكـثر كثـيراً مـما فعلـه الطلاب الآمنون .

وقد قام الباحث روسنو بالعمل مع أنطوني والعالمة النفسية ماريـان جـايفر بيبريـان من مدرسة لندن للاقتصاد في تجربـة كـان مـن شـأنها أن أثبتـت ووسَّـعت مـا اكتشـفته أنطوني في تجربتها. وقام هؤلاء بإجراء دراسة على ثمانية صفوف في الكلية فنشروا شائعة تقول : إن طلاباً في صفوف أخرى قد ضُبطوا وهم يدخنون الماريجوانا في امتحان نهائي.

وكانوا قد قاموا قبل بضعة أيام بقياس درجـات القلـق المـزمن عنـد الطـلاب متبعـين المثل الذي وضعته أنطوني في تجربتها السابقة ، وبعد أسبوع سأل الطـلاب إذا مـا كـانوا قد نشروا القصة.

وكانت النتائج التي توصل إليها الباحثون بالإضافة إلى الأبحاث التـي نُشرت في كتـاب (الشائعة والقيل والقال ، وعلم النفس الاجتماعي والشائعة) الذي ألفه روسنو بالاشتراك مع العالم الاجتماعي غاري ألان : إن هذه الأبحاث تدعم النظرية التي تقول إن الشائعة تنتج عن الامتزاج الأقصى بين الحيرة والقلق . وباختصار فإن الشائعة تعيش إما لتحقيـق الحاجات أو التوقعات التي أثارتها حتى ينخفض مستوى القلق.

لا يختلف اثنان أن انتقال الشائعة بين الناس بسرعة فائقة وكبيرة تعكس خصائص الطبيعة النفسية الإنسانية التي تبحث عن المجهول وترفض الغموض ولا تقبل التمويه أو المراوغة ، ولذلك فإن الإنسان يلجأ إلى تفسير كل ما هو غامض أو مجهول بما يتفق مع طبيعته ويلاقي هواه.

وبكلمات بسيطة ، فإن الشائعة (Rumor) هي عملية اختلاق أو فبركة أحداث أو مواقف أو أخبار غير حقيقية متعلقة بأشخاص أو أحداث أو مواضيع تحظى باهتمام الرأي العام وتقديمها للناس على أنها حقيقة واقعة بدون تقديم دلائل على وقوعها ، هذا بالإضافة إلى القيام بنشر تفسيرات سلبية غير موثوقة أو مُدققة حولها.

وكثيراً ما يكون هذا الترويج بشكل سريٍّ وغير ظاهر وبعيداً عن وسائل الإعلام التقليدية المعتادة باعتبارها موضوعات غير عادية ولا يمكن التعبير عنها بطرق عادية. وفي دراسة عن سيكولوجية الشائعة كان قد أجراها كل من غوردون أولبورت وجويف بوستمان في عام 1947 استنتج الباحثان أن المعلومة تصغر وتتقلص كلما ازداد عدد المتداولين لها ، بحيث تصبح في النهاية أكثر تركيزاً وأسهل تداولاً ، وأقل مصداقية عما بدأت به .

وبنى الباحثان هذا الاستنتاج على تجربة عملية أجرياها كانت عبارة عن نشر رسالة شفهية معينة بين عدد من الأفراد ليتم نقلها من شخص إلى شخص واحد فقط في كل مرة ، ليجدا في النهاية أن تلك الرسالة قد فقدت حوالي 70% من محتواها بعد انتقالها إلى الشخص الخامس أو السادس لتصبح شيئاً مختلفاً تماماً عن تلك التي أعطيت إلى الشخص الأول.

وبطريقة مبسطة يمكننا تنفيذ مثل هذا التمرين مع مجموعة من الناس من خلال تزويد شخص بمعلومة والطلب منه نقلها لشخص آخر ، ثم الطلب من الثاني نقلها للثالث ، ومن الثالث للرابع ، ومن الرابع للخامس وهكذا... فإننا سنتحقق من حجم

التشويه والحذف والإضافة على الرسالة حتى نصل إلى رسالة مختلفة تماماً عن الرسالة الحقيقية .

وأثناء القيام بتنفيذ هذا التمرين ، وفي كل مرة كانت النتيجة مشتركة في الحصول على رسالة مشوهة فيها الحذف والإضافة والتحريف ، وهذا يعكس القابلية السيكولوجية للناس للتعامل مع الأحداث بطريقة تعكس نفسيتهم وتعاطيهم الكبير مع الشائعة .

وكثيراً ما تكون الشائعة مواكبة للأزمات وتزدهر في أوقات الحروب والكوارث الطبيعية ، وحتى على المستوى الشخصي أو الفردي فإنها تروج وتنتشر بشدة خلال المشكلات الشخصية العائلية وتداعياتها ونتائجها من خلاف وطلاق وانفصال وقتل وإصابة وخلافه ، وتبدأ عملية نسج القصص والحكايات النابعة من تصوراتهم وخيالاتهم وبثها وإشاعتها بإعادة صياغتها ومن ثم إعادة نشرها بين الآخرين ، إما بغرض التسلية أو بغرض التشهير أو حتى التشفي لتجد الجميع في النهاية يتحدثون في نفس الموضوع.

ولكنهم قد يختلفون في بعض التفاصيل ، وقد لجأت الدول والأمم والأفراد إلى الشائعة كواحدة من الأسلحة الناجحة في مواجهة الأعداء في أزمنة الحروب والمواجهات والمشكلات الفردية والجماعية ، بهدف خلق جو من البلبلة والتشرذم وإضعاف الرؤى العامة لدى الأعداء وزعزعة التماسك الداخلي بين صفوفهم ، ووضع بذور الشك في قدراتهم وإمكانياتهم والتهيئة لتقبل فكرة الهزيمة كأمر واقع حتى قبل أن تقع المواجهة ، وهو ما يُعرف باسم الحرب النفسية.

ولعل من أسخف أشكال الشائعات تلك التي يلجأ إليها البعض ويطلقها عن نفسه بغرض الدعاية أو الفرقعة الإعلامية ، سواء كان ذلك بشكل شخصي بمعنى أن يروج لنفسه بنفسه أو يكلف بعض المأجورين بالترويج له، والأمر الأشد سخفاً أن تلقى تلك الشائعات رواجاً وانتشاراً واهتماماً كبيراً بين الناس كما يفعل البعض ممن يدَّعون القيادة والزعامة والقدرة الزائفة في مجالات السياسة والأدب

والفن والرياضة ، وغيرها من المجالات وطالبي الشهرة والرواج ، ولو على حساب السمعة والاحترام الذي لا يقيم له هؤلاء وزناً.

التفسيرات النفسية للشائعة :

يذهب أصحاب مدرسة التحليل النفسي إلى أن الشائعة تكشف عن محتويات اللاوعي الجماعي بصورة ملتوية عن طريق بعض الحيل النفسية مثل الإسقاط والرمزية والتكثيف والإسقاط والإزاحة والعزل وغيرها, وفي تصورهم أن الشائعة تنجح حين تكون قادرة على تحريك كوامن اللاوعي والانفعالات المكبوتة.

أما أصحاب المدرسة المعرفية فيعزون الشائعة إلى عدم الوضوح المعرفي Cognitive Uncertainity, فكلما كانت الأمور ضبابية وملتبسة كان الجو مهيئاً لانتشار الشائعات ، ويرى أصحاب فكرة الاحتياجات أن الشائعة تحقق لأصحابها إشباع احتياجات غير مُشبعة.

ويرى فريق كبير من علماء النفس أن انتشار الشائعة يعتمد جزئياً على نظرية الجشطالت(Gestalt) والتي تؤكد على أن الإدراك الحسي للأشياء ينحو دائماً نحو البساطة والانتظام والإحساس بالاكتمال, والشائعات تنبثق لتشرح المواقف المميزة التي تهمنا ولتريحنا من توتر الحيرة [1] .

إن خطر الشائعة على المجتمع يكون أكثر خطورة عندما يتناول هذا المجتمع بالأقاويل والشائعات ما يمس عقيدته وقيمه ومُثله وأسسه وبنيانه ، وأخطر من ذلك أن تجري الشائعة على يد من نثق بهم ويعتبرهم المجتمع أهل العلم والمعرفة ، فهؤلاء أكثر خطراً باعتبارهم أكثر تأثيراً في نفوس الآخرين ، ومن هنا لا بد من التريث والانتباه لكل ما نتلقاه ، ونلجأ إلى إعمال العقل والتفكير ، لا أن نكون مجرد إمّعة نتلقى ونقلّد ، ونصدّق كل مَنْ هب ودب ، فخطر الشائعة على المجتمع يفوق أخطر الأمراض فهي أكبر فتكاً وأكثر تأثيراً ، وتستحق منا حرصاً ووعياً وإدراكاً يوصلنا إلى جادة الحق والصواب .

---

[1] دكتور محمد أحمد النابلسي, سيكولوجية الشائعة, مركز الدراسات النفسية, لبنان.

دوافع نشر الشائعة لدى الأفراد

هناك دوافع متعددة تكمن وراء نشر الأفراد للشائعة ، ومن هذه الدوافع :

1. جذب الانتباه : أي جذب الانتباه إلى شخص المتكلم نفسه فيقوم بإلقاء الشائعة واضعاً في الاعتبار رفع مكانته في عيون الآخرين ، أو يقول (إني أعرف شيئاً أنت لا تعرفه).

2. الإسقاط : وذلك بأن يسقط مروج الشائعة ما يضمره في نفسه على شخص آخر أو أشخاص آخرين ، فمثلاً هو لديه ميول للكذب أو الخيانة أو الرشوة أو التضليل فيسقطها على الآخرين ، حيث يشعر الفرد عندما يقوم بنقل الشائعة أنها تبعده عن المخاوف ونجده يسيطر عليها ، وتتسم هذه الشائعة بالطابع العدائي وتتسم بالغموض وعدم الوضوح ، ومثال على ذلك الشائعات التي ظهرت أثناء الحرب العالمية الثانية والذي اتسم بطابعه العدائي ضد اليهود ومكتب التسعيرة والزنوج ورجال البحرية .

3. العدوان : تجاه الشخص المستهدف بالشائعة وذلك لتشويه سمعته أو تغيير موقف الناس منه ، وهذا يحدث كثيراً تجاه أصحاب النفوذ والسلطان حين تُطلق عليهم شائعات بالسرقة أو استغلال النفوذ أو الرشوة أو الخيانة ، أو حين تطلق شائعة على قائد عسكري بهدف زعزعة إيمان الجنود والشعب بقيادته. فيقوم الشخص في موقف من المواقف ونتيجة لعلاقات معينة بينه وبين شخص آخر بنشر شائعة ضد هذا الشخص وذلك بقصد إيقاع الأذى بسمعة الشخص الآخر.

4. بعث الثقة والاطمئنان في النفس : وفي ذلك يقوم ناشر الشائعة بترديدها بهدف إشراك غيره في مقاسمته حمل العبء في اكتساب عطف الآخرين.

5. تقديم المعروف والجميل : كذلك قد تنقل الشائعة من شخص إلى آخر بهدف تقديم المجاملة الودية أو عمل جميل إلى السامع.

6. الميل إلى التوقع أو الاستباق : حيث تشير الشائعة إلى احتمالات مستقبلية يعتقد مروج الشائعة في قرب حدوثها ، وهو يهيء الناس والظروف لاستقبالها . إذ تبلغ الشائعة ذروتها عندما يكون المرء متوقعاً شيئاً خطيراً بعد طول انتظار.

7. الاختبار: وذلك بأن تكون الشائعة كبالونة اختبار لمعرفة نوعية وقدر استجابة الناس لحدث معين حين يقدر له الحدوث فعلاً ، فمثلاً تسرب شائعة بغلاء أسعار بعض السلع ، ثم تدرس ردود أفعال الناس فإذا وجدت معقولة ومحتملة ربما يتم فعلاً رفع الأسعار ، وأما إذا وجدت غاضبة ومستفزة فيمكن تكذيب الشائعة واعتبار الأمر كأنْ لم يكن.

(إِذْ تَلَقَّوْنَهُ بِأَلْسِنَتِكُمْ وَتَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُم مَّا لَيْسَ لَكُم بِهِ عِلْمٌ وَتَحْسَبُونَهُ هَيِّنًا وَهُوَ عِندَ اللهِ عَظِيمٌ {15/24}) (سورة النور 15).

8. اللغو واللامسئولية في الكلمة دافع من دوافع الشائعات الخبيثة ، البعض من الناس تراه محبّاً للحديث في أي جانب من جوانب الحياة وكأنه الكشكول الناطق فمهنته الثرثرة يأخذ من هنا وهناك ، وينقل الشائعات السلبية وهو لا يعلم ما يقول سوى علمه بأنه يتكلّم ، ويريد أن يتكلّم وينبعث هذا من الإحساس بالفراغ والتعويض عن الفشل في الغالب .

9. الظن والتسرّع : قد يقوم بعض الناس لمجرّد سماعهم لقضية معينة بنشرها وترويجها وهم بعد لم يحرزوا العلم بها وإنما ظنوا فحكموا وتسرّعوا في إشاعتها وفي هذا قوله تعالى :

(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيراً مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللهَ إِنَّ اللهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ {12/49}) (سورة الحجرات 12) .

ويقول الشاعر :

تأنّ ولا تعجل بلومك صاحباً   لعلّ له عذراً وأنت تلوم

10.الحالة النفسية المضطربة : ومن مصاديقها عدم الارتكاز إلى قاعدة فكرية ثابتة وفقدان الموازين الفكرية وكذلك القاعدة الاجتماعية ومنها الفطن ، والحيرة والشك ، تدعو هذه الحالة الإنسان إلى تقبّل الأفكار دونما تفحّصها وتمحيصها وينقلها على لسانه بحالة فاترة من الشعور فيصبح بذلك مطية الأغراض السلبية من حيث لا يشعر.

11.المحافظة على الحكم والمصالح: وهي من أهم الدوافع لإثارة الشائعات الخبيثة حيث تدعمها الحكومات الجائرة من أجل تثبيت سلطانها ومصالحها بكل الوسائل والإمكانات المادية والمعنوية.

12.تأثير العقل الجمعي: تدعو المرء إلى نقل الشائعة والتصديق بها بفعل هذا التأثير ، وقد جاء في الأثر عن أحد العلماء: «أنه قال لرجل من أصحابه لا تكوننّ إمعة تقول : أنا مع الناس وأنا كواحد من الناس» ، إمعة: مخفف: أنا معه.

13.الشعور بالنقص: يحاول صاحب الشخصية الضعيفة في المجتمع ونتيجة شعوره بالنقص وعدم اهتمام الغير له فيحاول هذا أن يقتنّص الأخبار الغريبة ويطرحها على المجتمع حتى يلفت أنظار الناس إليه (والناس بطبعهم ميّالون إلى الجديد) فيشعر أن هذه الالتفاته قد أعطته مكانة في المجتمع ، وأشار إليها القرآن

(لَئِن لَّمْ يَنتَهِ الْمُنَافِقُونَ وَالَّذِينَ فِي قُلُوبِهِم مَّرَضٌ وَالْمُرْجِفُونَ فِي الْمَدِينَةِ لَنُغْرِيَنَّكَ بِهِمْ ثُمَّ لَا يُجَاوِرُونَكَ فِيهَا إِلَّا قَلِيلًا {60/33}) سورة الأحزاب 60.

فهنا قد يكون (الذين في قلوبهم مرض) مشيراً إلى أهل الشعور بالنقص ويجعلهم مصداقاً من مصاديقها.

14. حبّ الجديد والثورة على الواقع المعاش ومحاولة تجديده وقد تدعو بالبعض إلى إثارة الشائعات والأفكار الموهومة والباطلة في سبيل إرضاء هذه النزوة طبعاً ، هذا فيما إذا كان الواقع المعاش على الحق فتكون الثورة على الباطل.

15. الحقد: يدفع الحقد الذين في قلوبهم مرض بإثارة الشائعات السلبية حول الناس الذين يحقدون عليهم ، وقد يكون حول أمة بكاملها أو دين سماوي ، فيقول القرآن :

(إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَن تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنتُمْ لَا تَعْلَمُونَ {19/24}) (سورة النور 19).

ومن خلال ملاحظة هذه النقاط في الدوافع للشائعات السلبية نجد محورين تتمركز عليهما هذه النقاط ، وهما:

1) محور الهوى : كثيراً ما يدفع الهوى إلى إثارة الشائعات السلبية إرضاءً للهوى كالحقد والشعور بالنقص والظن وما إلى ذلك.

2) محور الطاغوت : وهذا المحور الطاغوتي نستطيع أن نعتبره هو العامل الماورائي الأساس في إثارة الشائعات الخبيثة لتحقيق مآربه السلطوية والمصلحية ، ويمكن أن نلاحظ هذا على مرّ تاريخ البشرية .

من أساليب الشائعات

أسلوب النكتة :

ثمة علاقة تربط بين النكتة والشائعة ، بحيث يمكننا اعتبار النكتة شائعة كاريكاتورية ، والنكتة (مثل الشائعة) تحتوى على العناصر الأسطورية والتاريخية والعرقية والدينية والسياسية والاجتماعية للجماعة. والنكتة هي الشكل المفضل للشائعات التي لا تملك مقومات الشائعة ، وهى بطبيعتها ساخرة تجتاز حواجز عقلانية ونفسية كثيرة, فالنكتة بذلك تسهل نشر الشائعة وتساعد على تخطى عقباتها وتعويض نقائصها.

وللنكتة أثر كبير في الرأي العام وخاصة في الشعوب التي تميل بطبيعتها إلى ذلك وقد يحدث أحياناً أن يكون لبعض النكات تأثير في الرأي العام أكبر وأعمق من تأثير المقالات الصحفية والأحاديث الإذاعية ، ولذلك تُعنى البلاد المعادية دائماً بجمع النكات ذات الهدف السياسي.

أسلوب التكرار:

فالشائعة السياسية أو الاجتماعية لا غنى لها مطلقاً عن التكرار ، وهي وسيلة من وسائل تثبيت المعلومات المراد إشاعتها بين الجماهير ، ونحن عندما نعدّد هذه الأساليب قد لا تخص فقط الدعاية السلبية ، فقد تتعداها إلى الدعاية الطيبة الداعية إلى الحق.

الأسلوب الديني :

يُستعمل مثل هذا الأسلوب وهو خطر جداً ، إذ ينفذ إلى الأمة من أعماقها من عقائدها ويحاول ضربها ونسف كيانها العقائدي وتحقيق مصالحهم وفق ما يشتهون إذا ملكوا الأداة لتسيير الأمة .

أسلوب الاستضعاف والاستعطاف :

ويُستعمل هذا الأسلوب بغية التأثير في نفوس المقابل ، وعليه تعتمد الصهيونية كثيراً في نشر دعاياتها ضد الدول العربية في ربوع أمريكا ، ومثاله : استخدمت الصهيونية عبارات مؤثرة في نفوس الشعب الأمريكي مثل قوله (أعطونا لنعيش) ومع هذه العبارة رسم طفلاً صغيراً يريد طعاماً فلا يجده ، بذلك يستدرّون عطف الأمريكيين ويستجدون عطاءهم .

الشعارات :

وهي عبارة عن الكلمات البسيطة التي تصدر عن الزعماء في كل حركة من الحركات السياسية والاجتماعية ثم يرددها الشعب نفسه ، وربما تدخل الأناشيد والقصائد الشعرية والأغاني كواحد من مصاديقها أيضاً.

أسلوب منطاد الاختبار أو جس نبض الرأي العام :

ويكون ذلك غالباً عن طريق الشائعات وإطلاقها بين الناس في وقت معين ، ثم القيام بتحليل الرأي العام بالنسبة لهذه الشائعات ، فإذا أثبت التحليل نجاحها ذاعت وتكررت ، وإذا أثبت فشلها عدل عنها إلى غيرها وهكذا.

الصورة الكاريكاتيرية :

وتستخدم للنفاذ إلى العقل بدون عناء ، وهي وسيلة مختصرة ولكن عميقة الدلالة والأثر.

الأسلوب الاستنكاري :

هو أن تُطرح الشائعة بلهجة استنكارية تثير لدى الإنسان تحفّزاً استنكارياً مقابلاً لمعرفة الحقيقة واستنكارها ، ثم يأتي الأسلوب الإثباتي ، وهو تثبيت امتداد الأسلوب الأول حيث إن إيجابية رد الفعل في الأسلوب الأول هو تقرير معلومات الشائعة لحقيقة ثابتة .

ومن الأساليب الحديثة في تمرير الشائعة هي محاولة خلق عدو وهمي للأمة يحاول أن يفترس الأمة في أية لحظة (وهماً) ، وهنا يصبح من الميسور إصدار مختلف أنواع الشائعات بشكل مهوّل وفي أي وقت ، وهذا أسلوب يستخدمه الزعماء الديكتاتوريون في الغالب إذ يصنعون أمام نظر الشعب عدواً كبيراً وخطيراً ليروا سياساتهم الخاطئة ، ويصرفوهم إليه بدلاً من قضاياهم المصيرية.

الأسلوب العلمي :

يحاول البعض أن يطرح الشائعة بأسلوب يدّعي أنه علمي ويتفلسف في الكلام في سبيل جلب ثقة المقابل بأنه عالم وفاهم فيتقبل منه الشائعة برحابة صدر.

أسلوب الاحتواء :

وهو محاولة إفهام المقابل أنه على رأيه ومذهبه ، وبعد أن يطمئن إليه يبدأ المُشيع ببث أفكاره شيئاً فشيئاً ، فلا يجد معارضة من الطرف المقابل في تقبّل رأيه لأنه وثق أن المشيع معه في المبدأ والفكرة ، بينما المشيع يحاول تمرير شائعته وأفكاره بهذا الأسلوب ، ويشير القرآن إلى مثل هؤلاء الناس بقوله:

(وَمِنَ النَّاسِ مَن يَقُولُ آمَنَّا بِاللـهِ وَبِالْيَوْمِ الآخِرِ وَمَا هُـم بِمُـؤْمِنِينَ {8/2} يُخَادِعُونَ اللـهَ وَالَّذِينَ آمَنُوا وَمَا يَخْدَعُونَ إِلاَّ أَنفُسَهُم وَمَا يَشْعُرُونَ {9/2}) سورة البقرة 8 ، 9)

الأسطورة :

تعتبر الأساطير القديمة نوعاً من الشائعات ، وقد كانت تقوم بوظيفة سد الفراغات المعرفية المتعددة في الزمن القديم ، حيث كانت المعرفة بدائية ووسائل الحصول على المعلومات قليلة.

الدعاية والإعلان:

حين تتجه فنون الدعاية والإعلان إلى المبالغة أو التدليس في عرض سلع معينة أو الترويج لمشروعات أو شركات معينة فهي هنا تندرج تحت أسلوب الشائعات في ترويج أشياء غير حقيقية باستخدام وسائل الإبهار الفنية.

الإعلام :

حين ينحرف الإعلام عن رسالته ويصبح بوقاً لبعض القوى فإنه يتورط في نشر شائعات كاذبة تأخذ صورة الأخبار أو التحقيقات أو المقالات مما يشوه الحقيقة ويُسِّوق لأشخاص سيئين ويزور الحقائق والأحداث.



خطر الشائعات ودور المثقف والإعلام

بين الحين والآخر تظهر شائعات سياسية واقتصادية وصحية وغيرها في مختلف الميادين ، ويتم تناقلها بسرعة بواسطة التقنية الحديثة كالهواتف المحمولة وشبكة الانترنت بعد أن كانت تتناقلها الأفواه في السابق عبر المحادثات الشخصية المباشرة. وهذا ما يزيد من خطورتها وانتشارها.

مثلما حصل مع شائعة تهريب كميات كبيرة من الشمام المَحْقون بفيروس الإيدز والتي تدخل ضمن ظاهرة اجتماعية ونفسية خطيرة تهدد المجتمعات الإنسانية وخاصة إبان الأزمات.

كما أنه لا يعرف مصدر هذه الشائعات أو هدفه الحقيقي ، كونه يختفي وسط الناقلين للشائعة والذي قد يصل عددهم إلى الآلاف أو أكثر. ويستغل مصدر الشائعة جهل البعض وتسرعهم في نقلها دون تثبت الأمر الذي يحدث إرباكاً لدى الرأي العام.

وهنا يأتي دور الإعلاميين والمثقفين وغيرهم من قادة الرأي من المسؤولين لدحض الشائعات.

عبر نشر الحقائق أولاً بأول ، لأن الشائعات لا يمكن لها أن تظهر وتتعاظم إلا في غياب الحقائق. وقد قال أحد خبراء الإعلام : إن الشائعة حتى تنتشر لا بد لها من توافر شرطين أساسيين ، وهما الأهمية والغموض.

فالأحداث الهامة والتي يشوبها الغموض تنتشر حولها الشائعات كانتشار النار في الهشيم.

وبالتالي ، يقع على عاتق كل جهة سواء كانت حكومية أو خاصة أن تتفاعل بسرعة مع الشائعة ، وأن تكشف الحقائق الكافية لدحضها طالما لم يضر كشفها بالمصلحة العامة.

وأخطـر مـا في الموضـوع أن تظهـر الشـائعة في ظـروف اسـتثنائية وحرجـة كفـترات الحروب أو انتشار مرض وبائي ، أو وقوع حادث إرهابي معين. وهـو الأمـر الـذي يُحـدِث بلبلة عامة ، قد تخرج عن السيطرة في حال استمرت الحقائق غائبة أو ناقصة.

ومن المشاكل المرتبطة بالشائعات على المستوى الـوطني إضرارهـا بـبعض القطاعـات الحيوية ، وما يرتبط بذلك من خسائر اقتصادية تطالها ، ويؤثر سـلباً عـلى معيشـة فئـة واسعة من الناس كفئة المزارعين على سبيل المثال.

فالتثبت والرويّة وامتلاك النظرة الفاحصة والعقل اليقظ صفات كفيلة بوأد الشـائعة في مهدها قبل أن تنتشر ويستفحل شرها ، كما أن الاعتماد على المصادر الحقيقيـة وغـير المشبوهة أو الغامضة تساعد كثيراً في إطفاء نار الشائعات وخاصة في الظروف الحرجة .

الشائعات أقدم وسائل الإعلام !

صدر مؤخراً للكاتب جـان نويـل كـابفيري كتـاب "" الشـائعات .. الوسـيلة الإعلاميـة الأقدم في العالم "" ، ويبدأ بظاهرة انتشار الشائعات.

فعلي الرغم من تكاثر الوسائل الإعلامية لا تزال العامة تستقي الكثير مـن معلوماتهـا من المحادثات الشفوية ، بل إن جل ما فعلته الوسائل الإعلامية الأولى بعيداً عـن إخـماد الشائعات ، كان جعلها أكثر تخصصاً ، بحيث باتت كل وسيلة تنشر الشـائعات في مجـال محدد وخاص بها.

الدراسات المنهجية الأولى التي تمحورت حول الشائعات كانت أميركية ، وذلـك خـلال الحرب العالميـة الثانيـة وتأثيراتهـا السـلبية في معنويـات الجنـود والشـعب ، وبـرغم أن مشكلة مصدر الشائعة تستهوي العامة ، فهي وللمفارقة ليست أكـثر الموضـوعات إثـارة للاهتمام ، والواقع أن تعقب المصدر يدرج في إطار أسـطورة ترمـي إلي أن تُثـار الشـائعة عمداً ، لأن أسطورة المصدر الاسـتراتيجي المتـواري عـن الأنظـار هـي التـي تحـافظ عـلى استمرارها لأنها مسلية ومفيدة في الوقت نفسه .

ففي سبيل إخماد الشائعات التي انتشرت خلال الحرب العالمية الثانية عمد معسكر الحلفاء إلى المبالغة في تصوير أهمية "الطابور الخامس" وفاعليته باعتباره عدواً يختبىء خلف جدراننا ومصدراً للشائعات الانهزامية.

ولعل السؤال الذي يستدعي نفسه : لماذا تتملكنا الرغبة في ترداد الشائعة على مسامع الآخرين ؟

الواقع أن هذا السؤال يخطر أيضاً كل مساء في بال رؤساء تحرير الصحف المحلية إذ تتكدس على مكاتبهم البرقيات والبيانات والتقارير والملاحظات ، وقد قال صاحب إحدى الصحف يوماً : "الخبر هو ما يجعل الناس يتحدثون " ومع أن هذا التعريف غير مُرْضٍ فهو يحمل في طياته دلالة مهمة ، فالمعلومة التي لا تشكل خبراً لا يمكن أن تُولِّد شائعة.

وهناك مقارنة بين قارىء الصحيفة والمستمع إلى محادثة منقولة ، تقف عند حدود معينة ، فنظراً إلى الموثوقية التي تتمتع بها وسائل الإعلام ، يعتبر القارىء أن الواقع المنقول حقيقي مثبت وصحته ثابتة ، أما المستمع فلا يملك مثل هذا اليقين وإن كان يعتقد بإمكان وقوع الحدث ، وهو من ثم يحتاج إلى التيقن من صحة الخبر وإلى معرفة وجهة نظره الشخصية في ما يتعلق بالخبر.

سيكولوجية الشائعات الأميركية

نماذج من الشائعات المسوقة في أمريكا

الصراعات الدائرة في عالمنا تشير إلى أن الحرب الباردة تفرعت من أحادية مع الاتحاد السوفيتي إلى حرب متعددة الرؤوس. فما يجري بين أمريكا بوش وأوروبا القديمة هو أحد فروع الحرب الباردة الجديدة. ومثلها الخلافات مع الصين وكوريا الشمالية والعالمين العربي والإسلامي وغيرها... حتى أمكن القول أن فقدان أميركا للعدو الشيوعي كان وبالاً عليها فخلف لها قائمة من الأعداء الموزعين حول العالم وعلى صُعُد متعددة.

وها هي الولايات المتحدة تخوض هذه الصراعات معتمدة على مباديء الحرب النفسية التي استعملتها في حربها الباردة مع الاتحاد السوفيتي. فهل ضمنت الولايات المتحدة الحصانة ضد هذا النوع من الحروب ؟ أم أنها كسائر الدول عرضة للتأثر بالحرب النفسية وبالشائعات خصوصاً ؟ وبمعنى أدق : هل تؤثر أخبار العراق وشائعاته على الجمهور الأميركي ؟.

في ما يلي نعرض لبعض الشائعات التي تركت بصماتها على الجمهور الأميركي. وفي الاستعراض شائعات قديمة قابلة للدراسة بعيداً عن ضغوط الواقع الراهن وتحليلاته المتأثرة بهذه الضغوط بما يفقدها الموضوعية ..

ما هي شروط انتشار الشائعة ؟ يجيب الأخصائيون على هذا السؤال من خلال مناقشتهم لحادثة المفاعل النووي في جزيرة ثري مايل في بنسلفانيا. فقد أثارت هذه الحادثة عدداً من الشائعات التي يمكن اتخاذها كمثال لدراسة أسباب انتشار الشائعة وأسباب تكرار ظهور بعض الشائعات بصور مختلفة.

ظهرت الأخبار الأولى عن الحادث الذي جرى في المنشأة النووية في جزيرة ثري مايل بالقرب من هاريسبورغ في بنسلفانيا في عام 1979 وبعد ثلاثة أيام انتشرت شائعة في المدن المجاورة تقول بأن المفاعل سينفجر. وتمضي القصة قائلة بأن الانفجار سوف يدمر كل شيء على مساحة أميال حوله وينفث الإشعاع النووي في مناطق واسعة.

وعلى الرغم من وجود مخاطر حقيقية كثيرة ، فلم يكن هناك خطر انفجار وشيك. ولتأكيد هذه النقطة ظهر هارولد رابي دانتون من لجنة تنظيم الشؤون النووية على التلفزيون ليعلن بوضوح أنه على الرغم من أن مفاعل المنشأة لا يزال تحت خطر جدي فإن غاز الهيدروجين المجتمع فيه لم يصل بعد إلى درجة قريبة من درجة الانفجار.

كما أنه لم يكن هناك احتمال لانفجار نووي من مستوى قنبلة هيروشيما وحصول انفجار كيميائي لغاز الهيدروجين سيكون أقل قوة بكثير. على الرغم من أنه قد يتسبب بحصول تصدع في غلاف الوعاء الحاوي مما يؤدي إلى نشر الإشعاع النووي في المنطقة الريفية المجاورة.

وكانت شائعة الانفجار واحدة من عشرات الشائعات التي سرت في منطقة هاريسبورج وجوارها في الأيام التي أعقبت الحادثة ، ذلك لأن حادثة جزيرة ثرى مايل كانت مثالا رائعا للظروف المؤاتية لانتشار الشائعات. ففي الدرجة الأولى كانت النتائج المحتملة للحادث قاسية وكانت تشكل تهديداً للحياة نفسها. ثانياً كان هناك قلق كبير وحيرة بين الأهلين الذي كانوا يحاولون اتخاذ قرار حول ما إذا كان عليهم الفرار من بيوتهم أم لا .

فكم من الناس ،عدا المهندسين والعلماء ، يمتلكون فهماً كافياً لكيفية تمديد الأنابيب في المنشآت النووية ؟. وكان هناك جانب مرعب آخر في الحاثة وهو يتمثل في طبيعة العدو الغامضة ، فقد كان ذلك العدو إشعاعاً مميتاً لا يُرى ولا يمكن التنبؤ بنتائجه.

وفي محاولة لإيقاف موجة الشائعات افتتح الحاكم ديك ثورنبرج مركز السيطرة على الشائعات في هاريسبورج ، وكان يمكن لأي شخص أن يتصل بالهاتف بهذا المركز ليحصل على الحقائق. وعندما بدأت بعض الشائعات المتفائلة بالانتشار شعر جويل ثمروتثالر وهو أحد مسئولي طوارئ الولاية في المنطقة بأن الأمر يشبه ما

يحدث في رواية روسية بقوله : .. ويستمر الوضع في الهبـوط والهبـوط ، والهبـوط حتـى نرى أنه لم يعد هناك مجال للمزيد من الهبوط ، ثم يحدث شيء ما ويبدأ الصعود ..

لقد مررنا بأسبوع من الشائعات الفظيعة ، أمـا اليـوم فهنـاك مـا يمكننـا أن نحسـبه شائعة طيبة. ولكن الناس ستفقد ثقتها بالأخبار الطيبة لفترة مـن الـزمن في حـال حصـل تسرب إشعاعي جديد ، أو أي إنذار آخر من أي نوع هناك ، في المنشأة. فعندها لا أظـن أن ثقة الناس التي ضعفت بسبب الحادث سوف يمكنها أن تتحمل ذلك ، وهذا الآن مـا يثير قلقنا أكثر من قضية الإجلاء.

ومع أن الشائعات التي نجحت عن حادثة جزيرة ثري مايل كانت من النوع القصـير الأمد ، فإنها بالتأكيد سوف تعاود الظهور لدى حصول أية أزمة مشابهة في المستقبل.

فحتى الشـائعات التـي تبـدو تافهـة تغـوص في أعـماق النفـوس ، لـيس لأنهـا تكـون موضـوعاً للقيـل والقـال ، والثرثـرة الاجتماعيـة المثـيرة بـل لأنهـا تلامـس الحـيرة والقلـق العميقين السائدين في زمن الشائعة. فقد حصل في سنة 1978 مـثلاً أن ظهـرت شـائعات حول بعض المنتجات الغذائيـة المشـهورة ، وتقـول أحـدها أن شركـة ماكدونالـد تضـيف الديدان إلى سندويتشات الهامبرغر التي تنتجها لتقوي المحتوى البروتيني فيها.

وتقول شائعة أخرى أنك إذا مـا شربـت الصـودا وأكلـت حلويـات مـن ماركـة بـوب روكس فسوف تتفجر معدتك. وحدث أن ذكر مذيع إحدى الإذاعـات هـاتين الشـائعتين وسارع إلى القول بأن كلتا الشائعتين على خطأ ، ولكنهما انتشرتا في مناطق مختلفـة مـن البلاد خلال تلك السنة.

وقد اضطرت شركة ماكدونالد وشركة جـنرال فـودز ، منتجـة بـوب روكـس إلى إنفـاق آلاف الدولارات في مجالات إعلانية ونشاطات أخرى لدحض الشـائعات . وتعتقـد شركـة ماكدونالـد أن قصـة الديـدان بـدأت في الصـيف السـابق في مدينـة تشـاتانوغا في ولايـة تينيسي.

وكانت الشائعة في البداية تقول بوجود عنصر غامض في سندويتشات هامبرجر ويندي وهي شركة منافسة لماكدونالد. ويلاحظ أحد علماء النفس أن الخوف من وجود الديدان في الهامبرغر هو خوف معقول ومبرر لأن لحم الهامبرغر النيء يفرم بشكل لولبي يشبه الديدان ، ولكن سرعان ما انتقلت الشائعة لإلصاق صورة الديدان بسندويتشات ماكدونالد .

وظهرت قصة حلويات بوب روكس في غضون أسبوع واحد من إطلاق هذه المادة في إحدى مناطق البلاد وتقول الشائعة أن أحد الأولاد في الجانب الآخر من المدينة أو أحد مشاهير التلفزيون قد أكل ثلاثة أكياس من تلك الحلويات بينما كان يشرب الصودا ، فمات من جراء الانفجار الذي حصل بعد ذلك في معدته.

وتستهوي هذه الشائعات حول ماكدونالد وبوب روكس أكثر ما تستهوي الأطفال الذين يحبون قصص الشقاوة والقصص الفظيعة. ونستطيع أن نتصور كيف أن الأطفال الذين يروجون مثل هذه القصص يباهون أمام رفاقهم بأنهم أكلوا من هذه المنتجات وبأنهم من المغامرين.

لكن هناك ما هو أكثر وأعمق من ذلك فاستمرار هاتين الشائعتين في الرواج قد يفسره القلق والحيرة الشائعتان في المجتمع حول ما يضاف إلى المنتجات الغذائية والكولسترول والمخاطر الصحية في بعض أنواع الطعام الذي تتناوله والتوترات والمخاوف التي تنتقل من الأهل إلى الأطفال.

ويكفينا بالنسبة لهذه الدراسة أن نُعرِّف الشائعة بأنها رواية منتشرة بين الناس دون أن يكونوا متأكدين من صحتها. وقد تعلم علماء النفس الكثير عن نشوء مثل هذه القصص وانتشارها منذ ظهور كتاب (علم نفس الشائعة) لغور ودون والبورت وبوستمان ، وهذا الكتاب هو أصل الأعمال في هذا الحقل.

وقد كان الناس منذ قرون ولا يزالون يتبادلون الشائعات غير المألوفة التي كان أبطالها غالباً من المخلوقات الأسطورية أو الوحوش أو من القادمين من كواكب أخرى.

وكان يونج عالم النفس يسمى هذه الحكايات بالشائعات التخيلية أو بالأساطير الحية ، وكان يعتقد بأن الشائعات العادية تعتمد على الحشرية والسعي وراء الأشياء غير العادية ، أما الشائعات التخيلية فتحتاج إلى شيء غير ذلك إذ تحتاج إلى عاطفة عميقة مشتركة بين العديد من الناس. وكان يونغ ينظر إلى حكايات الصحون الطائرة كشائعات تخيلية ناجمة عن توتر عاطفي وكرب جماعي من حالة العالم. إضافة إلى رغبة لا واعية بمجيء قوة خارقة من ما وراء الطبيعة للتخفيف من المخاوف.

فمشاهدات من نوع الصحون الطائرة يُبلَّغ عنها منذ القرن السادس عشر إلا أن هناك تزايداً في الإبلاغ عن هذه المشاهدات عَمَّ العالم كله منذ الأربعينيات من هذا القرن. ويبدو أن حكايات معاصرة عن الصحون الطائرة وركابها تدعم تفسير يونج. ومعظم هذه الحكايات تتركز إما حول مخلوقات عليا طيبة أتت لإنقاذ الإنسانية أو حول مخلوقات شريرة تهدد أهل الأرض بأجمعهم وتلعب دوراً في توحيد أصحاب العقائد المختلفة ضد عدو مشترك.

ومن أقدم الشائعات التي راجت في الولايات المتحدة مجموعة من الروايات حول الأطفال الشيطانيين. وأول هذه الروايات المذكورة تدور حول طفل افترض أنه وُلِد لامرأة تدعى السيدة ليذر من ليدزيونيت في ولاية نيوجرسي في عام 1735 .

وتقول الرواية إن السيدة لم تكن راضية بعيشها في الحياة. وأنها كانت أماً لاثني عشر طفلاً وأنها لذلك دعت إبليس لأن يلعن حملها الثالث عشر. وتمضي الرواية قائلة إن الطفل نبتت له مع مرور الوقت أجنحة وذيل كذيل السحلية وحوافر ووجه كوجه الحصان.

وكما يمكننا أن نتوقع فإن شيطان ليدز ، المعروف أيضاً باسم شيطان جرسي لا يموت. وكان يشاهد لسنوات عديدة في النواحي الجنوبية لنيوجرسي . وخاصة في المستنقعات في منطقة باينبارينز. وفي القرن التاسع عشر سرت شائعة مفادها

أن أحد القضاة المحليين قد عقد صداقة مع ذلك الوحش. وكان الاثنـان يتنـاولان طعـام الإفطار سوية ويتباحثان في الشؤون السياسية.

ويبدو أن ذلك الشيطان كان لا يزال حياً حتى عام 1966 وبصـحة جيـدة. فقـد روى أحد جنود الولاية أنه شاهد أثر حافر أكبر مـن كـف الإنسـان ، وقـد أطلـق هـذا الكـلام موجة جديدة من التكهنات حول ذلك الوحش الشيطاني. ويمكن تفسير بعض الشـائعات القديمة أيضاً بكونهـا انعكاسـات للصـور الخطيـة الأصـلية ومـوت الأبريـاء. وهـي فكـرة تتناقلها الأجيال المتعاقبة في تراثها وتشكل أحد الموضـوعات التـي تسـتمر في العـيش في التراث والأساطير الشعبية.

ولقد سرت شائعة من هذا القبيل في الولايات المتحدة في أواخر عـام 1969 تقـول إن بول ماكارثي عضو فرقة البتلز الغنائية قُتِل في حادث سـيارة وأن بـديلاً لـه أخـذ مكانـه. وسرت الشائعة كالبرق عبر البلاد وتناقلتهـا صـحف الجامعـات والأحاديـث بـين الطـلاب تغذيها الهمزات والتلميحات.

وتشبه شائعة ماكارثي أسطورة الإلـه الإغريقـي ديـو نيزيـوس ، الـذي قيـل إنـه لقـي مصرعه بعنف ثم أعيد إلى الحياة. هذا ويؤكد دارسو الكوارث أن المواقف الكارثية تنـتج نوعاً غريباً من الشائعات الدائرية التي تبدو في ظاهرها مثـيرة للقلـق ولكنهـا في الواقـع قد تؤدي إلى خفضه. فالناس الـذين يتجمعـون مصـادفة في أعقـاب كارثـة مـا مـثلاً قـد يتناقلون بعض الشائعات التي يمكن أن تؤدي إلى التخفيـف مـن القلـق حـول المشـاكل المشتركة.

فبعد الزلزال الذي حصل في الهند في عام 1934 مثلاً سمع النـاجون شـائعات بوقـوع كوارث أسوأ. ويفترض عالم النفس ليون فيستنفر في كتابه (نظرية التفاوت المعـرفي) أن الشائعات ساعدت في تخفيض التفاوت العاطفي الناجم عن شعورهم بالـذنب لبقـائهم على قيد الحياة بعد الزلزال.

ويمكننا القول بأن إعطاء الناجين من الزلزال شائعات ترعبهم فإن هذه الشائعات سوف تساعد في صرف انتباههم عن القلق الذي ينتابهم لكونهم نجوا من الكارثة بينما هلك أصدقاؤهم وأقرباؤهم. وبما أن الشائعات تفسر الأحداث وبذلك تخفف من التوتر الذي ينجم عادة عن الغموض ، فهي تنتعش في أجواء السرية والتنافس. ويعلم العاملون في المكاتب مثلاً ، كيف تسري الشائعات بسرعة عبر ممرات المكاتب عندما يستلم رئيس جديد أو عندما تنتقل المكاتب إلى بناء آخر...الخ. والشيء نفسه يحصل عندما يتفاوض رؤساء الدول فتنتج المفاوضات طوفاناً من الشائعات عن سير المفاوضات.

ونعطي مثالاً على ذلك شائعة عالمية خطيرة سرت عام 1977 عندما ألقي القبض في موسكو على المراسل الصحفي الأميركي روبرت توث من صحيفة لوس أنجلوس تايمز بتهمة الحصول على أسرار رسمية حول الأبحاث السوفيتية في حقل الإدراك الحسي.

وعقب ذلك نشرت صحيفة نيويورك تايمز مقالاً في صفحتها الأولى ألمحت فيه إلى احتمال وجود علاقة بين حادثة إلقاء القبض على المراسل وبين تصريح أدلى به رئيس الحزب الشيوعي السوفياتي بريجينيف (أشار فيه إلى سلاح جديد غامض أكثر هولاً من أي سلاح عرفه العالم حتى الآن.

وهناك دليل على أن بريجينيف كان يشير إلى الأبحاث حول الإدراك فوق الحسي). ولكن بالنظر إلى العلاقة السوفياتية الأميركية المتوترة في ذلك الحين. فإن تصريح بريجنيف كان غامضاً بما فيه الكفاية ليطلق شائعات مفادها أن الاتحاد السوفياتي هو في سبيله للتحضير لشيء ما يمكن تسميته بـ " حرب العقل ". وقد تختفي مثل هذه الشائعات لسنوات ثم تظهر في يوم ما وتجتاح البلاد.

ومن الأمثلة المثيرة على مثل هذه القصص قصة مزحة الملفوف الكبرى. وهي شائعة انطلقت في واشنطن في الأربعينيات من القرن الماضي كردة فعل على حملة ضبط الأسعار خلال الحرب العالمية الثانية. وتقول القصة : إن مكتب ضبط الأسعار أصدر

مذكرة حول تحديد أسعار الملفوف. ولم يكن هناك شيء غير عادي في المذكرة سوى أن المذكرة كانت تتألف من 26911 كلمة.

وانتشرت قصة المذكرة في الأوساط الحكومية لفترة من الزمن مُسببة الإحراج الذي سببته لأهل البيروقراطية الإدارية ثم اختفت وعادت القصة إلى الظهور عام 1951 في مؤتمر عقدته رابطة صانعي الألبسة الجنوبية ، عندما قدم عريف المؤتمر مدير مكتب تثبيت الأسعار وقال مازحاً أن خطاب غيتيسبيرغ كان يتألف من 2997 كلمة وكانت الوصايا العشر تتألف من 266 كلمة. وتضمن إعلان الاستقلال 1348 كلمة بينما تضمنت مذكرة مكتب تثبيت الأسعار 26911 كلمة. وظهرت القصة خلال الأشهر التالية في عشرات الصحف مع بعض التحريف أحياناً.

فقد قالت بعض الصحف أن مكتب تثبيت الأسعار أصدر مذكرة من 26911 كلمة لضبط أسعار أبواق الضباب. وقد عاشت كلتا الروايتين عن مذكرة الملفوف لبضع سنوات ثم اختفت لتعاود الظهور في نيسان 1988 عندما عادت الشائعة إلى الظهور ثانية. وكان ظهورها هذه المرة في إعلان لشركة موبيل نشر في صحف مشهورة ويظهر في الإعلان شكل كرتوني يدعى بابيلدني بيت وهو يعد كلمات الصلاة وخطاب غيتيسبرغ وإعلان الاستقلال ، ثم تساءل كيف إذن تحتاج الحكومة الاتحادية إلى 26911 كلمة لتصدر مذكرة لضبط أسعار الملفوف ؟!

وكان للصحافة دورها إذ ذكر والتر كرونكايت ، الرواية في نشرة الأخبار المسائية في أحد التلفزيونات المحلية التابعة لشبكة سي بي إس ، وفي هذه المرة اتخذت الشائعة أبعاداً دولية ومرت بتحول جديد. وقد نقلت جريدة لندن كلاماً لأحد الخطباء في مؤتمر غذائي جاء فيه " إن في الصلاة 56 كلمة وفي الوصايا العشر 297 وفي إعلان الإستقلال الأميركي 300 كلمة أما في التوجيه الإداري للسوق الأوروبية المشتركة حول تصدير بيض البط فهناك 26911 كلمة.

إن هذا النمط الدائري لشائعة الملفوف يعكس المد والجزر في الحيرة والقلق اللـذين ينتابان المجتمع الأميركي. فحيثما يكون هناك شعور بـالقلق مـن الحكومـة وحـيرة حـول نواياها ومصداقيتها تعود الشائعة إلى الظهور وهذا ما حصـل بعـد فضـيحة ووترجيـت. حيث قصة الملفوف تعزز المخاوف القديمـة مـن عـدم كفـاءة الأجهـزة الحكوميـة ومـن الأسلوب البيروقراطي في إصدار التعليمات ذات الكلمات الجوفاء الغامضة وتكرار سـماع الشائعة يعزز إمكانية تصديقها في بداية الأمر ، ولكن هذا التكرار يؤدي إلى عكس ذلـك عندما تنخفض حدة الحيرة والقلق. وعندما يصل القلق إلى نقطة دنيـا تختفـي الشـائعة ولكن مؤقتاً.

في العادة تتراجع الشائعات عندما يصبح المجهول معلوماً وتـزول أسـباب الغمـوض. ولكن المواضيع والأفكار العميقة المتضمنة في بعض الشائعات تبدو كأنها لا تموت وهـي تصبح جزءاً من البنية الاعتقادية للمجتمع وانعكاساً لما يشغل بال النـاس ولمـا يحلمـون به. إن طرفة الملفوف شائعة حديثة العهـد نسـبياً ولكـن أمثالهـا مـن الشـائعات تعمـر طويلاً.

ومن المحتمل أن تعيش طالمـا كـان هنـاك بيروقراطيـون وكـان تومـاس كارلايـل وقـد وصف التاريخ بأنه عملية تقطير للشائعات : وإن أوهامنا تتفاعل مع احتياجاتنا وآمالنـا وينتج عن هذا التفاعل ظروف خصبة تعيش فيهـا الشـائعات التـي تنـتشر الآن بسرعـة أكبر من ذي قبل بواسطة الراديو والتلفزيون ووسائل الإعلام المتطورة.

فحينما يتم الإبلاغ عن مشاهدة صحن طائر مجهول الهويـة في مكـان مـا مـن الـبلاد نجد أن ذلك ينتج سلسلة من البلاغات عن مشاهدات مماثلة في أنحـاء أخـرى. وعنـدما يصل الناس في نفاد الصبر من البيروقراطية الحكومية إلى حد ما تعود قصة الملفـوف إلى الظهور من جديد وتأخـذ الصـحف والتلفزيـون والراديـو في نقلهـا مـن أقصى الـبلاد إلى أقصاها في ظرف ساعات معدودة.

إن فعالية وسائل الإعلام قد أوجـدت طاحونـة شـائعات متماديـة مـن شـأنها إمـا أن تقرب الناس من بعضهم البعض أو ترفع من حدة قلقهم ، وأوهامهم وفي كلتـا الحـالتين نجد أن تكرار الشائعات التي لهـا جـذور ممتـدة في القـرون الماضـية يرينـا أن النـاس لم يتغيروا كثيراً عبر التاريخ.

قد تكون أساليب حياتهم مختلفة الآن عما مضى إلا أن قلقهم وأوهامهم لا تزال كـما هي. خاصة بعد أن تحول العالم إلى صراعات أكثر مثاراً للقلق وبعـد أن أضـيفت عوامـل اجتماعية وبيئية (ثقب الأوزون) وسياسية كمصادر جدية للقلق ..

ما معنى الحرب النفسية ؟

حسب تعريـف حلـف النـاتو فـإن الحـرب النفسـية psychological warfare هـي أنشطة سيكولوجية مخططة تُمارَس في السلم والحرب ، وتُوجَّـه ضـد الجماهـير المعاديـة والصديقة والمحايدة من أجل التأثير على مواقف وسلوكيات هـؤلاء ؛ لـكي تـؤثر إيجابيـاً نحو إنجاز هدف سياسي أو عسكري معين.

فالحرب النفسية ، هى تلك الحرب التى تستهدف نفسية الخصـم ومعنوياتـه ، دون جسده وقدراته الفيزيقية.

هى الحرب التى تسعى لتشكيل فكـره ، وتوجيـه عقلـه إلى هـدف محـدد ، يخـالف حتماً كل ما يمكن أن يجعله فعالاً ، في ميدان الحرب والقتال .

والأهداف العامة لشنّ حرب نفسية أثناء عملية عسكرية معينة هي :

1- إضعاف المعنويات والفعالية العسكرية لقوات العدو.

2- خلق جوّ عام من النزاع الداخلي وسط صفوف العدو ، وتشجيع إحداث نوع مـن الانقلاب العسكري بينهم.

3- دعم العمليات السرية لقوات التحالف.

4- رفـع المعنويـات وسـط صـفوف قـوات التحـالف وصـفوف المجموعـات المحليـة العسكرية الصديقة.

5- إقناع السكان المحليين بدعم العملية العسكرية ضد حكومتهم.

تقوم الوحدات الخاصة بالعمليات النفسية بتحقيق تلك الأهداف من خلال رسائل تصل إلى الجمهور المستهدف باستخدام وسائل عديدة ، وتشمل تلك الرسائل :

1- رسم صورة إيجابية في ذهن الجمهور المستهدَف لقوات التحالف.

2- تضخيم آثار القوة العسكرية لقوات التحالف وحقيقتها في ذهن الجمهور المستهدف.

3- توفير أفكار لتصرُّف بديل يستطيع الجمهور المستهدَف أن يسلكه.

4- رسم صورة سلبية للحكومة المعادية في أذهان الشعب المستهدف.

وبفضل تطور علوم سلوكيات الإنسان؛ فقد أصبحت قوات العمليات النفسية خبيرة في كيفية توصيل تلك الرسائل ، وهي غالباً ما تشمل استغلال بعض البدهيات في كيفية التأثير على عقليات الناس. فقد تقوم - مثلا - بتكرار رسالة معينة مراراً وتكراراً حتى يبدأ الجمهور تصديقها من كثرة التكرار ، أو قد تستغل بعض العقائد والخرافات الشعبية في توصيل معلومة ما ، أو خلق جوٍّ ما يكون في صالح العملية العسكرية. كما أنها قد تذيع أخباراً كاذبة ، أو غير مكتملة الجوانب ، على أنها أخبار محايدة ، وتمثل حقائق لا جدال فيها .

وقد توصلت علوم سلوكيات الإنسان إلى أن الناس قد يُصدِّقون ما يُعرَض عليهم بشكل عفوي أكثر بكثير من طريقة فرض الرأي. كما أنهم قد يميلون إلى تغيير آرائهم إذا عُرض عليهم رأيٌ ما من خلال عدة مصادر يساند بعضها بعضاً.

أسلوب آخر للتأثير على آراء الناس ، قد يكون من خلال عرض رأي ما على لسان شخص يشعرون بنوع من الانتماء إليه ، أو يُعرف عنه التخصص في مجال الرأي المعروض ، أو أن يبدأ الشخص حواره بالتعبير عن رأي معيّن له يتفق بشدة مع آراء المستمعين؛ وهو ما يكون من شأنه اكتساب ثقة المستمع. كما أنه من الممكن عرض موضوع ما بشكل يوحي للمستمع بأنه يسمع جميع الآراء المختلفة حول الموضوع ، إلا أن العرض يكون بشكل يقلل من قيمة بعض الآراء على حساب تعزيز آراء أخرى

وسائل نشر تلك الرسائل تكون بإسقاط المنشورات ، أو بإصدار جرائد ، أو بوضع الملصقات ، أو بإذاعة برامج إذاعية وتليفزيونية ، أو باستخدام مكبرات الصوت في ميادين القتال ووسط الشعوب ، أو باستخدام الإنترنت وأجهزة الفاكس أو عن طريق تقديم المعونات الإنسانية ، تمثل المجموعة الرابعة للعمليات النفسية (التابعة للقوات الجوية) -والتي تتخذ من "فورت براج" بولاية "كارولينا" الشمالية قاعدة لها- المجموعة الأمريكية الوحيدة النشطة للعمليات النفسية في القوات العسكرية الأمريكية ، إلا أنها لا تمثل سوى 26% من طاقة العمليات النفسية الأمريكية الكاملة ، والتي تقع باقيها ضمن احتياطي الجيش الأمريكي ، تتكون المجموعة الرابعة للعمليات النفسية من مركز للقيادة ، وأربعة كتائب للدعم الإقليمي ، وكتيبة لانتشار العمليات النفسية ، وكتيبة للعمليات والتخطيط ، تقوم كلها بضمّ 1145 جندياً و57 محللاً مدنيّاً.

الحروب النفسية على مدار التاريخ

لعل أقدم الأمثلة المعروفة للحرب النفسية هو ما فعله الإسكندر الأكبر المقدوني من صناعة عدد كبير من الدروع والخوذات الضخمة ، والتي كان يتركها خلفه ليجدها العدو فيعتقد أن جيش الإسكندر الأكبر به عمالقة من الرجال؛ فيمتنعون عن ملاحقته ، كما أن القائد المغولي جنكيز خان كان يبعث أمام جيشه بمَن ينشر وسط البلد المستهدفة كلاماً يدل على أعداد المغوليين الكبيرة ، وأفعالهم الوحشية من أجل بثِّ الرعب في النفوس. كما أنه كان يقوم بخداع جيش عدوِّه ؛ فيجعلهم يعتقدون أن جيشه أكبر من واقع الحال عن طريق مجموعة مدربة من الفرسان الذين كانوا يتحركون بسرعة كبيرة من مكان إلى آخر.

إنها الحرب المعنوية .. أو الحرب النفسية ..

وعلى الرغم أن معظمنا يعرف المصطلح تماماً ، وربما يردده كثيراً أيضاً إلا أن القليلين .. والقليلون جداً من يدركون معناه .

لقد عرف العالم تلك الحروب النفسية منذ زمن بعيد .. بعيد للغاية فالتاريخ يعود بنا ، في هذا الشأن ، إلى ما يقرب من ثلاثة آلاف وخمسمائة عام .

بالتحديد في عهد (تحمتس الثالث) (1490 - 1436 ق. م) وتحتمس الثالث هذا هو سادس فراعنة الأسرة الثامنة عشر ، وقد آل إليه العرش وهو في الأربعين من عمره ، على عكس من سبقه من فراعنة الأسرة كلها .

وعندما تقلَّد (تحتمس الثالث) عرشه ، كانت منطقة الشرق الأوسط كلها غارقة في خضم من الاضطرابات والعواصف السياسية ، التى لم تَرُقْ له أبداً ، مما جعله يتخذ قراراً خطيراً جداً ، بمقاييس ذلك العصر .. قرر أن يسيطر على المنطقة كلها . وفي سبيل هذا ، خاض (تحتمس الثالث) سبع عشرة حملة حربية ظافرة .

والتاريخ يقول : أنه قد أذهل أهل عصره .. فبمبادرة مذهلة ، ألغى (تحتمس الثالث) كل النظم القتالية والعسكرية والتى كانت متبعة من قبله وقسَّم الجيش إلى قلب وجناحين بحيث ينقض القلب على الخصم ، في حين يطوقه الجناحان فتضطرب صفوفه وترتبك قيادته من فرط المفاجأة وعنف الهجوم الجانبى ..

ولأول مرة عبر التاريخ ابتكر (تحتمس الثالث) ما يُعرف باسم الحرب الخاطفة وهذا بشنِّ هجمات سريعة وقصيرة ومفاجئة للعدو ، ومن جهات مختلفة ، وفي أية ساعة من الليل والنهار ..

وأدرك خصوم (تحتمس الثالث) أنهم أمام قائد رهيب ، لا قبل لهم بمواجهته عسكرياً ، وخاصة مع توالى انتصاراته ، لذا فكَّر أحد قادتهم في خدعة جديدة ومبتكرة - في ذلك الحين - ويعتبرها العلماء أول لمحة للحرب النفسية عبر التاريخ .

ففي معركة مجدو ، أشهر المعارك التى خاضتها جيوش (تحتمس الثالث) كانت كل الخيول ، التى تجر عرباته الحربية ، من الذكور ؛ نظراً لأن الذكر في الخيل أكثر قوة ، وأكثر احتمالا ، وأقدر على مواجهة القتال واضطرابات الحروب .

لذا أطلق قائد الأعداء فريسة أنثى وسط خيول العربات الحربية ؛ حتى يشيع فيها الاضطراب فتتقاتل فيما بينها ، وتثير قلق الجنود وتوترهم . لكن قائد الجيوش (تحتمس الثالث) وهو (امنحتب الثالث) فهم الخدعة على الفور ، وما أن اقتربت الفرسة من المعسكر ، حتى انقضَّ عليها ، وبقر بطنها وأفسد خطة العدو كلها .

وسجل التاريخ الواقعة .وبدأت الحروب النفسية .. وعبر التاريخ نجد عشرات الأمثلة ، على تلك الحروب النفسية واثرها في تغيير خط سير المعارك.

ومن أشهر ما حدث في الحروب وبالذات عندما ينقض الجيشان بعضهما على بعض ويختلط الحابل بالنابل ، هو أن يصرخ بعضهم ، مُدعياً أن قائد الجيش الخصم قد لقى مصرعه..

تلك الصرخة كانت تشيع الفوضى والاضطراب بين الجنود ، وتربكهم على نحو يسمح لجيش الخصم بالانقضاض على قلبهم وضربهم في المقتل أيضاً كان الجنود قديماً يربطون أغصان الأشجار ، في ذيول الخيول ؛لكى تثير خلفهم عاصفة من الغبار توحى بأن عددهم يفوق واقعهم بعدة مرات .

وفي فتح مكة عندما أمر (خالد بن الوليد) جنوده بأن يشعل كل منهم ناراً كانت هذه عبقرية من عبقريات الحرب النفسية ..

فاعتاد عندما يهبط الليل ، أن تشعل كلُّ مجموعة من الجنود ناراً ، وتلتف المجموعة كلها حولها ، وكان من المعتاد أن يحصى الطرف الآخر النار ويضرب عددها في متوسط كل مجموعة تلتف حولها ، ليعرف تعداد جيش الخصم تقريباً .

وعندما رأى أهل مكة تلك النيران ، تصوروا أن هناك مجموعة من الجند تلتف حول كل نار ، مما أوحى إليهم بأن الجيش هائل الحجم على نحو لا قِبَل لهم به .

المغول والتتار أيضاً كانت لهم سياستهم في الحرب النفسية ففي كل مرة ، وقبل وصولهم إلى بلد ما ، كان جواسيسهم يسبقونهم إليها ، وهم يتحدثون لغة أهلها ويرتدون ثيابهم ، أو ثياب بلد آخر صديق .

وفي الأسواق ، كان الجواسيس يتحدثون عن جيوش قادمة عن أعدادها الهائلة وقدراتها المخيفة وضخامة جنودها ومهارتهم وقوتهم ، والناس في الأسواق تسمع وتصدق وترتجف..

ومن ألسنة هؤلاء الناس تنتقل تلك الدعاية المغرضة إلى آذان وقلوب الجنود والجيوش وعندما تلتقى الجيوش ، يكون المغول أو التتار في أوج قوتهم ووحشيتهم وخصومهم خائفون إلى درجة توحى بأنهم قد انهزموا فعلياً ، قبل حتى أن يبدأ القتال .

هذه هى الحرب النفسية الحقيقية الحرب التى تحطم معنويات خصمك ونفسيته قبل أن ترفع سلاحك في وجهه ، بل وقبل حتى أن يرى هذا السلاح ، أو يدرك قوته وهذا الجزء من الحرب النفسية وهو ما يطلق عليه اسم حرب الترهيب أو هى الحرب التى تثير الخوف في أعماق الخصم وترهب كل ذرة في كيانه .

ولكن هناك حرب نفسية من نوع معكوس تماماً .. أو هى حرب الترغيب وأشهر مثال يمكن أن نطرحه ، لذلك النوع الثانى من الحروب ، هو ما فعله القائد الفرنسى (نابليون بونابرت) عندما بدأ حملته الفرنسية على مصر (1798 - 1801 م) فقد حاول اجتذاب المصريين إلى صفِّه بأن أعلن أنه إنما جاء كمسلم ، لحماية المسلمين والإسلام ، وإنقاذ المصريين من جبروت وتعنت المماليك .

ومن المعتاد ألا يعتمد فريق ما على حرب الترغيب وحدها دون لمحة أو لمحات تجاورها ، من حرب الترهيب .. وتذكروا أن (نابليون) قد أرفق كلماته السابقة باستعراض لقوة جيشه ومدافعه التى أرهبت المماليك ، وكانت بالنسبة للمصريين أشبه بالقنبلة الذرية في عصورنا هذه ،كما رآها العالم عام 1945 م .

وفي عالم الواقع يستحيل دائماً أن يُستخدم نوع واحد من الحربين ، خلال زمن الحروب ، أو حتى فترات السلم ، لكن الفترات الهادئة ترتبط دوماً بسياسة الترغيب بأكثر مما ترتبط بسياسة الترهيب ، وما يحدث حولنا ، منذ عقدين من الزمن هو ذروة الحرب النفسية الترغيبية ، والتى اعتمدت على إبهار الشعوب العربية بنمط

الحياة الاستهلاكية الأمريكية ، بحيث تصور البعض أن أمريكا هى جنة اللــه في الأرض ، بل تجاوز البعض هذا ، إلى تعليق العلم الأمـريكى عـلى سـيارته ، أو إبـرازه عـلى صـدر ثيابه ، أو في التشبه بالأمريكيين في الزى وفي اللـهجة وفي اللغة والأسلوب والحياة أيضاً.

وبدون أى تعنتات يعتبر خبراء الحرب النفسية أن أولئك المتآمركين هم أضعف الكـل ، إذا انعدم إحساسهم بالشخصية المستقلة لذواتهم ، وعدم ثقتهم بأنفسهم أو احترامهم لنفسهم ، يدفعهم للتشبه بنمط أخـر ، عـلى نحـو يمسخ كيـانهم كلـه فينسـلخون مـن عروبتهم دون أن يصبحوا بالفعل كمَنْ تشبَّه بهم .

أما في زمن الحروب فالغلبة طبعاً لأسلوب الترهيب الذى يبالغ بشدة في قوة الأسلحة ودقَّتها وقدرتها المدهشة على إصابة الهدف .

وعندما فجَّرت الولايات المتحدة الأمريكية قنبلتها الذرية الأولى ، في مدينة هيروشـيما اليابانيـة ، في أغسـطس 1945 ، لم تكـن تضـع نهايـة للحـرب العالميـة الثانيـة (1939 - 1945م) وإنما بداية لحرب إرهابية نفسية تهدف إلى إعلام العالم أنه لديها سـلاح لا قِبـلَ لأحد به ، وأنها أصبحت سيدة العالم بلا منازع .

لكن الحكمة الإلهية تقـتضي ألا تنفـرد قـوة مـا بالسـيطرة عـلى العـالم أبـداً .. فلقـد أمتلكت روسيا القنبلة الذرية أيضاً وانعكست الحرب النفسية عـلى الأمـريكيين ، الـذين أصابتهم عقدة الحرب النووية ، وحمى بناء المخابئ والكـوابيس ، والانهيـارات العصـبية المستمرة وأساليب عديدة ومتعددة ، وتتطور دوماً ، مع تطور وسائل الإعـلام والاتصـال فمن روايات وحكايات الجواسيس في الأسواق ، إلى إلقاء المنشـورات بالطـائرات ، إلى مـا وصلنا إليه الآن من قنوات فضـائية مفتوحـة ، وشـبكات انترنـت ، وهواتـف للاتصـالات الدولية .

وكل هذا يعتمد على الدعاية ، وكلمة الدعاية هنا تشمل كل ما يتم ترديده عبر كل الوسائل سالفة الذكر ؛ للتأثير على الخصم ، وتحطيم روحه المعنوية وعلى الرغم من أختلاف الوسائل تنقسم الدعاية في مضمونها وتأثيرها إلى نوعين كبيرين فحسب ، وإلى ثلاث فئات مختلفة وفقاً لمصدر إطلاقها ، والدعاية .

المهتمون بالحرب النفسية في العالم كله ، يعتنقون عدداً من السياسات ، الخاصة بوسائل غرس تأثيرات بعينها ، في المجتمعات والشعوب أو في الجيوش المقاتلة ويتأثرون دوماً بعدد من عباقرة الحروب النفسية ، أو عمالقة لعبة الدعاية وعلى رأسهم جميعاً ، ودون أدنى استثناء ، الألمانى النازى (جوزيف جوبلز) .

و(جوبلز) هذا أول وأخطر من استخدم فن الدعاية - كوسيلة للحرب النفسية و سبيل إلى غسيل المخ ، وإعادة توجيه الفكر ، إلى وجهة بعينها ، يتم اختيارها وتحديدها مسبقاً ، وذلك منذ عام 1929م ، عندما بدأ نجم (اودلف هتلر) يلمع في سماء السياسة الألمانية ، مع صعود الحزب النازى وسياسته الجديدة التى جعلها (جوبلز) تبدو أشبه بالأمل الوحيد في الخروج من فخ الاقتصاد المنهار ، وروح هزيمة حرب العالمية الأولى ، ومعاهدة (فرساى) المجحفة ، إلى جنة التطور والسيطرة ، وحلم ألمانيا ، زعيمة أوربا والعالم أجمع .

وبعبقرية (جوبلز) ، وأساليبه المتطورة ، بزغ الحزب النازى ، وحصل على أكبر عدد من المقاعد (الرايشستاج) ، وأصبح (هتلر) رئيساً للوزراء ، عين (جوبلز) وزيراً للدعاية ، فأطلق هذا الأخير مهارته وعبقريته أكثر وأكثر ليقفز (هتلر) إلى مقعد الرياسة ،ويبدأ في تنفيذ حلم ألمانيا النازية الكبرى .

وهنا أدرك الكل أهمية الدعاية ، وخطورتها ، وتأثيراتها الرهيبة في الشعوب والأفكار والمعنويات ، وبدأ الخبراء يدرسون فن الحرب النفسية والدعاية ويضعون الحقائق والقواعد والأساليب والاتجاهات .

والآن وبعدما يقرب من ستين عاماً ، على سقوط الرايخ الثالث ، وانهيار ألمانيا النازية ، وانتحار (هتلر) ، وانتحار (جوبلز) ، أصبحت الحرب النفسية علماً ضخماً ، له كتب ، وقواعد ، ومراجع ، ويتم أستخدامه في كل الحروب وكل أوقات السلم أيضاً .

وفي الحرب العالمية الثانية ، فقد استغلت هيئة الإذاعة البريطانية برامجها لتعليم الألمانية من أجل تخويف العدو الألماني بتعليمه عبارات بالإنجليزية تُوحي له بأن القوات البريطانية قد ابتكرت طرقاً من أجل جعل مياه القناة الإنجليزية تحترق!!

وقد استخدمت القوات الأمريكية الحرب النفسية في حروبها مع بنما وكوريا الشمالية وفيتنام وكوسوفا ، إلا أنها تجلّت في حرب الخليج ؛ فمن أمثلة ذلك استخدام إحدى الوحدات الصغيرة للقوات الأمريكية لمكبرات الصوت ، والتي أخذت تطلق أصوات الهليكوبتر والدبابات من خلال شرائط مسجلة من أجل الإيحاء للجيش العراقي بأن إمكانيات الوحدة أكبر بكثير من حقيقة الأمر.

كما قامت قوات التحالف - وعلى مدى سبعة أسابيع متواصلة- بإسقاط 29 مليون منشور على هيئة 14 شكلاً مختلفاً وصلت إلى 98% من الجيش العراقي تقوم بعضها بتهديد الجيش العراقي ، وتتوعده في حالة عدم الاستسلام ، وبعضها الآخر تُذكّر الجنود العراقيين بالأهل الذين ينتظرون عودتهم. كما كانت بين تلك المنشورات واحد على شكل "دينار عراقي" يسهل إخفاؤه داخل أية محفظة ، وقد أكدت القوات الأمريكية أنه مَن يأتي إليها من العراقيين حاملا ذلك المنشور؛ فسوف يجد لديهم الملاذ الآمن.

ومن أطرف طرق إسقاط المنشورات "قنبلة المنشورات" ، والتي يتم إسقاطها من إحدى الطائرات ، ثم تنفجر القنبلة في الهواء بعد ابتعادها عن الطائرة قليلا لتفتح الصندوق الداخلي المحتوي على المنشورات ، والتي -بالتالي- تنتشر على مسافات بعيدة.

وكانت من أهم إنجازات القوات الأمريكية الخاصة بالعمليات النفسية في حرب الخليج إذاعة شبكة صوت الخليج ، والتي استمر إرسالها - دون انقطاع - في الفترة ما بين 19 يناير 1991 إلى 1 إبريل 1991 ، وكانت الشبكة مكوَّنة من عدة أجهزة إرسال داخل المملكة العربية السعودية ، بالإضافة إلى الإرسال من طائرتين من طراز Volant Solo EC-130.

من أجل بثّ برامجها الإذاعية ، عادة ما تختار القوات الأمريكية إحدى الموجات القريبة جداً من موجة أخرى يتم البثّ عليها حتى إن المستمع حين يقوم بالبحث عن إذاعته المفضلة يجد نفسه ، وقد وقع اختياره على البثّ الأمريكي خطأ ، أو قد تختار القوات الأمريكية إحدى الموجات المستخدمة بالفعل من قِبل إحدى المحطات المحلية ؛ فتستخدم نفس هذه الموجة عند انتهاء الإرسال الخاص بتلك الإذاعة.

ولم تتوانَ الولايات المتحدة الأمريكية عن استخدام الحرب النفسية ضد الشعب الأمريكي نفسه ؛ حيث إنه منذ الساعات الأولى التي أعقبت الهجوم الإرهابي ضد أهداف أمريكية ، وأجواء الحرب مشتعلة ، بالإضافة إلى خلق الحكومة الأمريكية جوًّا عاماً من الوطنية الشديدة ، والتي لم تكن قوية بين الشعب الأمريكي في السنين الأخيرة.

فمن بين أمثلة جوّ الرعب الذي أنشأته الحكومة الأمريكية من أجل دفع الشعب الأمريكي إلى قبول مبدأ "الحرب ضد الإرهاب" أن قام الرئيس الأمريكي بإلقاء كلمته الأولى للكونجرس الأمريكي بعد الهجوم الإرهابي ، وأصوات المروحيات واضحة جليّة في الخلفية ، كما أعلن عن عدم حضور نائب الرئيس (ديك تشيني) وإخفائه في مكان آمن تحسباً لأي ظرف من الظروف.

أما خطاب الرئيس بوش الأخير للشعب الأمريكي بعد الضربات الأخيرة على أفغانستان ، فقد امتلأ بعبارات من شأنها بثّ الوطنية وروح التضامن حول القوات الأمريكية ، وحربها من أجل السلام. وأنهى الرئيس خطابه قائلاً : "إنه قد تسلم خطاباً من طفلة في الرابعة الابتدائية تقول فيه : إنها - بالرغم من عدم رغبتها

في أن يذهب أبوها للحرب - إلا أنها تقبل أن تسلّمه للرئيس الأمريكي من أجل ذلك". ووصف الرئيس بوش تلك الطفلة بأنها مَثَلٌ صادق لما يمثله الشعب الأمريكي وكم هي ثمينة تلك الهدية !!

خطورة الحرب النفسية

إن الحرب النفسية هي أكثر خطورة من الحرب العسكرية لأنها تستخدم وسائل متعددة ، إذ توجه تأثيرها على أعصاب الناس ومعنوياتهم ووجدانهم ، وفوق ذلك كله فإنها تكون في الغالب مقنعة بحيث لا ينتبه الناس إلى أهدافها ، ومن ثم لا يحتاطون لها. فأنت تدرك خطر القنابل والمدافع وتحمي نفسك منها . ولكن الحرب النفسية تتسلل إلى نفسك دون أن تدري . وكذلك فإن جبهتها أكثر شمولاً واتساعاً من الحرب العسكرية لأنها تهاجم المدنيين والعسكريين على حد سواء .

إن الشائعات هي الأكثر دواماً ، لأنها تستخدم في أوقات السلم والحرب معاً ، بل إنها تصوب هجماتها خارج الدولة الخصم نفسها حين توجه ذلك نحو الرأي العام العالمي .

ومن هذا المنطلق يمكن القول أن الحرب النفسية وكما يراها خبراء علم النفس العسكري هي استخدام مخطط من جانب دولة أو مجموعة من الدول للدعاية وغيرها من الإجراءات الإعلامية الموجهة إلى جماعات عدائية أو محايدة أو صديقة للتأثير على آرائها وعواطفها ومواقفها وسلوكها بطريقة تعين على تحقيق سياسة وأهداف الدولة أو الدول المستخدمة .

** الإسلام والحرب النفسية : يحفل سجل فتوحات صدر الإسلام بالعديد من الممارسات الميدانية للحرب النفسية وخاصة أثناء نشر دعوة التوحيد ، وإعداد القوة التي ترهب الأعداء . قال الرسول (ﷺ) : "نصرت بالرعب مسيرة شهر " وذلك يُفهم منه أن القصد هو إرهاب الأعداء وإخافتهم من عاقبة التعدي على بلاد الأمة . وقد رُوِي عن النبي (ﷺ) " الحرب خدعة " .

ويجوز في الحرب الخداع والكذب والإرهاب للأعداء لتضليلهم ما دام ذلك لم يشتمل على نقض عهد أو إخلال بأمان . وفي الخداع أن يخادع القائد الأعداء بأن يوهمهم بأن عدد جنوده كثرة وأن عتاده قوة لا تقهر .

يُفهم مما تقدم أن إظهار القوة للأعداء وإخافتهم وإيقاع الرهبة والرعب في قلوبهم يحقق النصر عليهم ويؤدي إلى تحقيق أهداف الرسالة الإسلامية أكثر من أي وسيلة أخرى من وسائل مواجهة الأعداء ، إذ ينشأ لدى العدو اتجاه نفس يسيطر على أفراده فيجعلهم يمتنعون عن استخدام قوتهم أو عن العدوان .

وتستمد القوة الإسلامية قدرتها على إيقاع الرهبة في قلوب العدو من القوة الشاملة والطاقة الهجومية وسرعة الحركة والمفاجآت والتأهب الدائم.

وفي الحرب المعاصرة : تحولت الحرب النفسية من وسيلة عرضية إلى أداة عسكرية رئيسية وقيل : إن الحرب النفسية كانت السلاح الذي كسب الحرب أثناء الحربين العالميتين الأولى والثانية بسبب استخدام الذعر الكامل والانهيار العصبي وحرب الإعلام . وقد نوَّه القادة والزعماء كذلك بأهمية الحرب النفسية وأثرها في إدارة الصراع ومن نتائجه ، فمن ذلك قول القائد الألماني روميل : " إن القائد الناجح هو الذي يسيطر على عقول أعدائه قبل إبدائهم " .

وبالرغم من انتهاء الحرب العالمية الثانية فلا زالت الحرب النفسية مستمرة ممثلّة في الحرب الباردة ، وهي حرب أفكار وعقائد تحاول فيها الولايات المتحدة استمالة أكبر عدد من الدول إلى جانبها ، مُلوِّحة بالقوة تارة وبميلها إلى السلام والتعاون من أجل دفع الظلم تارة أخرى .

ومعنى ذلك أن الحرب النفسية ليست قاصرة على وقت الحرب أو الطوارئ ولكنها سلاح يُستخدم في الحرب والسلم معاً . وتحدد البحرية الأمريكية هدفها من الحرب النفسية بالقول بأن الهدف الأساسي من الحرب النفسية هو فرض إرادتنا على العدو بهدف التحكم في أعماله باستخدام طرق غير عسكرية وغير اقتصادية .

والحرب النفسية جزء أساسي من الحرب الشـاملة ، ولـذلك فهـي تُشَـنُّ قبـل الحـرب وفي أثنائها وفي أعقابها . وهي لا تخضع لرقابـة القـانون ولا للتقاليـد الحربيـة ، بـل إنهـا عملية مستمرة ، وهي وسيلة بعيدة المدى وليس من الضروري أن يظهر تأثيرها مبـاشرة مثل المعارك الحربية ، بل إن نتائجها قد لا تظهر إلا بعد شهور أو سنوات من تنفيذها.

وفي الحـرب النفسـية يحـاول الخصـم الاختفـاء وراء الـدين والصحافة أو الإذاعـة أو الأحداث أو الأصدقاء أو الفكاهـات ، ومـا إلى ذلـك . ومعنـى ذلـك أن الحـرب النفسـية ليست مباشرة وليست وجهاً لوجه . ويقول المخطط العسكري الصيني " صـن تـزو " : " إن أعظم درجات المهارة هي تحطيم مقاومة العدو دون قتال " . فالهزيمة حالة نفسـية مداها الاقتناع بعدم جدوى المقاومة أي الاستسلام ، والتوقف عن الحرب .

والحرب وسيلة من وسائل إقناع الخصم بالهزيمة فإذا اقتنع بالهزيمة وبعـدم جـدوى المقاومة تحقق الهـدف مـن الحـرب . وإذا أمكـن إقنـاع الخصـم بالهزيمـة بوسـيلة غـير الحرب المسلحة لم يعد هناك داع لها .

ومن هنا فإن العدو في الحرب يسعى إلى تحقيق هذا الهدف مستخدماً وسائل شـتى منها الدبلوماسية والدهاء والعبقرية في الدعاية والإعلام إلى جانب قواته الجوية والبريـة والبحرية ، وكذلك مخترعاته واكتشافاته العلمية والتكنولوجية . بل إنـه يسـتخدم أيضـاً إمكانياته الاقتصادية .

وفوق ذلك يستخدم ميكروباته وجراثيمه ، والقصـد مـن كـل هـذه الوسـائل هـدف واحد هو إقناع الخصم بالهزيمة .

مجالات الحرب النفسية وعلاقتها بالشائعات

1. يمكن أن توجه الحرب النفسية على المستوى العالمي أو الدولي مثل إقناع الرأي العام أو تضليله وعزم الخصم عن أصدقائه وجلب التأييد والمساعدة العسكرية والاقتصادية والفنية من جانب الأصدقاء .

2. على المستوى القومي أو العربي ، وذلك لشغل العرب في معارك جانبية ، وخلق الأزمات والصراعات الداخلية وباستغلال هذه الأحداث وتصعيدها ، ومحاولة الدس واستخدام أبواق الدعاية في إشعال لهيبها ، وكذلك استهداف النيَّل من الوحدة العربية والتشكيك في نوايا العرب ، وفي إخلاصهم وفي التزاماتهم إزاء القضية العربية المصيرية ، ومن ذلك إثارة روح الشك والريبة في نوايا العرب إزاء بعضهم البعض . كذلك إشاعة خرافة التفوق الحضاري الإسرائيلي فهم يزعمون إنهم أرباب الحضارة الغربية نفسها .

3. إشاعة الفرقة والانقسام بين صفوف الأمة ، ونقصد هنا بالفرقة بوجه عام ، أي التفرقة بين الشعوب وحكومته ، وبين الأمة وحلفائها ، وبين القادة والجنود ، وبين الأغلبية من السكان والأقليات ، والتفرقة بين الأحزاب والطوائف وأرباب الشِّيع والمذاهب المختلفة ، والتفرقة بين الجيش وبين المدنيين ، وبين النساء والرجال ، وبين الكبار والصغار وبين الأجيال المختلفة، وتؤدي هذه التفرقة إلى تمزيق الجبهة الداخلية واستنزاف الطاقات في الخصومات .

4. والصراعات الداخلية .

5. إضعاف إيمان الشعب بعقيدته وأفكاره ومبادئه القومية والوطنية ، وإثارة الشك في نفسية وفي شرعية قضيته ، وزعزعة الأمل في النصر ، وعلى ذلك فإنه يتخاذل ويسهل إقناعه بالهزيمة .

6. محاولة كسب جميع العناصر المعزولة في المجتمع لصالح الدولة المعادية حيث تشجع المعارضة والتمرد والتخريب في داخل البلاد.

أساليب الحرب النفسية :

تستخدم الحرب النفسية أربعة أساليب رئيسية ، هي :

أ- الدعاية : وتقوم على استخدام وسائل الإعلام الحديثة من نشر وترويج للأفكار والمعتقدات والأخبار التي تود نشرها وترويجها بغرض التأثير في نفسية الأفراد وخلق اتجاهات معينة لديهم.

والدعاية كأحد أساليب الحرب النفسية تأخذ اشكالاً متنوعة طبقا للأهداف وطبقا لنوع الأفراد والجماعات الموجهة إليها ، فالدعاية تستهدف الاقتناع بالنصر وإقناع العدو بهزيمته. وتشكيكه بمبادئه ومعتقداته الوطنية والروحية وبذر بذور الشك في نفوس أفراده في شرعية قضيتهم والإيمان بها.

وتستهدف الدعاية في المقام الأول بث الفرقة وعدم الوئام بين صفوف الخصم ووحداته المقاتلة ، فهي تسعي للتفريق بين الخصم وحلفائه وبين الحكومة والشعب وبين القادة والجنود وبين الطوائف والأحزاب المختلفة وبين الأقلية والأغلبية ، وتقصد من وراء ذلك كله تفتيت الوحدة وتفريق الصفوف ليسهل لها النصر.

ب- الشائعة : وهي عبارة نوعية " أو موضوعية " مقدمة للتصديق تتناقل من شخص لآخر. وهي تعتمد على المبالغة في أخبار معينة والترويج لها ونشرها على نطاق واسع أو خلق أخبار لا أساس لها من الصحة.

كل ذلك بهدف التأثير على الرأي العام تحقيقاً لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية. ولذلك فإن الشائعة قد لا تكون كلية معتمدة على الخيال ، فقد تعتمد على جزء من الحقيقة من أجل إمكانية تصديقها وتقبلها من قِبَل الناس . وقد تظهر الشائعة أحياناً في الصحف والمجلات أو تجد طريقها إلى موجات الإذاعة والتلفزيون.

وتستخدم الشائعة وتنتشر في وقت الأزمات الاجتماعية والوطنية ولذلك فإن زمن الحرب هو انسب وقت لتلك الشائعات ونشرها حيث يكون الأفراد في حالة استعداد نفسي لتصديق كثير من الأخبار والأقاويل التي يسمعونها نظراً لحالة التوتر

النفسي الذي يعيشونه . ولذلك فإن كثيراً من الدول أدركت ذلك أخذت تستخدم الشائعات كإحدى وسائل الحرب النفسية المهمة.

والشائعات التي تستخدم في الحرب على نوعين شائعات الخوف وإشاعات الرغبة . وشائعات الخوف بما تنطوي عليه من إنذار بالخطر تهدف إلى الكف من ثقة الشخص بالنهاية المظفرة لمجهوداته الحربية ، فهي إذا كانت تولد قلقاً لا لزوم له كانت أحياناً تؤدى إلى نظرة انهزامية . وشائعات الرغبة من ناحية أخرى تحتوى على تفاؤل ساذج. إذ تؤدى إلى القناعة والرضى عن الحال والخنوع وقبول أي حال ممكن.

والأمثلة للشائعات لا تعد ولا تُحصى فعلى سبيل المثال انتشرت في الحرب العالمية الأولى الشائعات والقصص التي تقول الألمان يقطعون أيدي الأطفال وأنهم يغلون جثث الموتى ويصنعون منها الصابون وأنهم يصلبون أسرى الحرب ، وفي الجانب الألمان كانت تنتشر شائعات تقول أن الحلفاء يستخدمون الغوريلات والناس المتوحشين من أفريقيا وآسيا في حرب الناس المتحضرين وأنهم يستخدمون رصاص دمدم وأنهم يعتقلون المدنيين الأبرياء.

الحرب النفسية الإعلامية

محاولات تضبيب العقول بوسائل الإعلام هي إحدى ظواهر الحرب النفسية ، التي يُشكّل توخي تعميمها إلى تغيير وجهات التفكير نحو حالة من الجمود ، على ثوابت من المُسلّمات المعلوماتية المغايرة للحقائق ، والضارة على أية حال بمعارف الجمهور.. المتلقي للإعلام .

مدارس الحرب النفسية الإعلامية :

يمكن . من حيث تسمية أنواع المدارس الإعلامية المتخصصة في تصدير الحرب النفسية ، ضد خصوم الفكر ، أو العقيدة ، أو المبدأ .. الاستدلال بما يلي :

1 ـ مدرسة الفكر الاعلامي البرجوازي - ومثالها الإعلام الغربي وتشكل هذه المدرسة بمجموع مؤسساتها الإعلامية المتنوعة ، مرتعاً لإظهار الغرب وكأنه يمثل نهاية المطاف المراد لنيل الآمال المرتجاة منه فقط ، وكل ما دونه غير مؤهل لذلك ولا يمكن أن يكون جديراً لوضع الحلول المطلوبة ، لما يعتري البشرية من مشاكل واستعصاءات .. فأي غرور إعلامي هذا ؟!

2 ـ مدرسة الفكر الإعلامي التبعي - ومن صفوف أمثالها الإعلام في معظم البلدان النامية ، وما تقدمه هذه المدرسة لا يتعدى في أفضل الأحوال من ترديد ببغائي لما يمليه الغرب عليها ، من بلورة مواقف وأفكار وتعليقات وآراء ، بحيث تُقدّم بطرق نادراً ما يصاحبها إظهار التباين الحقيقي ، لذا فهذه المدرسة اللاهثة وراء أطروحات الغرب والمنفذة لأوامره بصورة عمياء ، يُلاحظ أن روَّادها وقيادييها وكوادرها ، لم يدعوا شيئاً لخط رجعتهم إلى الطريق السوي الإعلامي ، بعد أن انسلخوا برغباتهم وإرادتهم عن مجتمعاتهم.

3 ـ مدرسة الفكر الإعلامي المتلاعب - ومن امثالها الإعلام الانتهازي غير الهادف ويمكن إصدار التقييم الأولي على هذه المدرسة المستفيدة مالياً والحاصلة على وجاهة تافهة ولا مفيدة للجمهور المتلقي للإعلام ، بأن المجازفة بالسمعة هي أبرز سمة تجمع

بين الإعلاميين العاملين فيها ، أولئك المفتقرون للكثير من التطلع الواعي ، الذي تُبنى عليه أساسيات وغايات الرسالة الإعلامية السامية.

سلبية الإعلام .. حرب كلام وصور :

تلعب حالة تماثل ما يقدمه العلم والتكنولوجيا من جديد بهذا الصدد ، دوراً حاسماً لإمكانية توسيع أو ربما حسر رقعة أي حرب اعلامية ، مع ان الحرب النفسية الإعلامية حين تتجاوز جغرافية المكان، وطبيعة البيئة المجتمعية ، تبدو وكأنها مستهدفة تسخيف الطرف الآخر ، المختلف معه في المنطلق الفكري أو النهج السياسي.

إذ من الملاحظ على سبيل التذكير ، ان الإعلام العابر للحدود والقارات كـ كلام البرامج الإذاعية ، وصور برامج التلفزة (المبثين) غالباً ما يترجم التغرّب أو الابتعاد عن الحقيقة .

وهذا ما أدى ويؤدي حتماً إلى إرهاق أذهان الجمهور المتلقي للمواد الإعلامية المتنوعة ، وإلى أضعاف وتكرار العديد من برامج الإعلاميات ذات الصلة ، مما أفرز هنا وهناك حالة شبه فقدان للثقة بين المتلقين للإعلام والأجهزة الإعلامية المصدرة لهم نتاجاتها في معظم بلدان العالم وحول ظاهرة التبرير الإعلامي المُدافع عن الخروقات الإنسانية ، والمكمل للجرائم السياسية بحق ممن يحملون آراء أخرى ، فلعلّ هذا ما عكس مرض التغريب عن الأوطان ، حتى لأُناس يعيشون داخل اوطانهم.

والإعلام .. السلبى الفاقد لمصداقيته ، بسبب ابتعاده عن السوية الإعلامية ، أضحى ظلاً ملازماً لألاعيب أغلب السياسات المعاصرة ، بكل ما تحمله من غش وأكاذيب ومغايرات ومشاكسات ، لدرجة بات فيها الفصل بين أطروحات السياسة واطروحات الإعلام ، ليس بالأمر الهيّن فمن يستطيع النكران مثلاً أن قادة السياسة ، وكبار الإعلاميين لم يصبحوا على قدر متساو من معرفة ما يحدث أو ما سيحدث من وقائع كبرى عادة ما تكون مفاجئة عند الرأي العام ، الذي ما زال يصطدم بأداءات الإعلاميات المحلية المخالفة للحق والحقيقة ، وهذه الظاهرة المستسهلة لإعطاء

نتاجات إعلامية ، لا تمت بصلة للوقائع المطلوب توضيحها خدمة للعمل الإعلامي الصادق ..

قد وضعت معظم الإعلاميات المُسيسة على وجه التشخيص في زاوية حرجة ، أفرزت فشلاً معنوياً لخططها ، وضعفاً فكرياً لحججها ، وما أديَّاه من اضمحلال لنموذجها المُقَدّم أمام قوة الصمت المفروض على المجتمعات المتضررة ، جرّاء استفحال الإعلام السلبى ، والمصير المتدني الذي آل إليه الإعلام اللامسئول في البلدان النامية والمتقدمة في آن واحد.

الإعلام .. جناح السياسة :

لم .. تشهد أي حقبة زمنية عبر التاريخ البشري ، نشاطاً إعلامياً بكل هذه السعة والفاعلية المؤثرة ، التي تنتشر بين أفراد المجتمعات اليوم ، وذلك بسبب لعب عامل التطور التقني لوسائل الإعلام التي غزت كل بيت ومجتمع ، ولقد وعى الساسة الكبار في العالم بعد انتهاء الحرب الكونية الثانية (1936 - 1945م) ، إلى الدور الخطير الذي يمكن أن يؤديه الإعلام ، لصالح الكيانات السياسية لذلك فقد نجحوا في تركيز خلاصات العمل الإعلامي بهدف تمرير المخططات السياسية والتخريبات الاجتماعية ، عبر شن الحروب النفسية ضد أعدائهم .

وأقرب مثال يستدل عليه بهذا المجال ، ما سُمّى بـ «الحرب الباردة» بين الكتلتين الدوليتين الغربية والشرقية ، أو بين بعض إعلاميات الدول العربية ، ولعل من إحقاق القول أن المُلازمة بين الإعلام والسياسة ، هو من أكثر الظواهر الملموسة لدى أي مجتمع ، لدرجة غدت هناك استحالة للفصل بينهما في العديد من البرامج والمواد الإعلامية ، اذ لا سياسة دون إعلام ومن فهم أشمل لهذه النقطة ، كما يمكن وصف الإعلام في عالم اليوم بأنه جناح للسياسة.

وإذ .. يُرى أن الإعلام الغربي المعروف باتسامه باللا توازن كما يرى البعض ذلك في عرض الحقائق - بصورة عامة - ، نتيجة لمغايراته الدائمة التي تتحكم فيها السياسات الغربية ، الطاعنة بالوعي ، والمشاكسة للنماء الثقافي ، والحائلة دون مد الجمهور بكسب المعلومات المجردة من أي أهداف سلبية مسبقة .

فمن المعلوم تماماً أن الإعلام الغربي ودوائره التابعة في البلدان النامية تستغل ما يقدم لها من دعم مالي وتأييد معنوي حكومي ، وهذا ، ما يؤكد صحة اعتقاد ثقافي - اجتماعي عام مفاده أن الإعلام أمسى في أول سُلم اهتمام الدول المعاصرة ، حيث يأتي في المرتبة الثانية بعد الاهتمام بالعسكر (الجيش) ، مما يُعدّ ذلك رسالة أكثر جدية في تعميم الحرب النفسية المؤثرة على تحريف الانطباعات الاجتماعية ، بغض النظر ضد مَنْ تُشن تلك الحرب .

ويحدث كل ذلك بتوالٍ إعلامي خلال هذه الفترة ، قبل عدة أشهر على دخول البشرية على قرنها الحادي والعشرين ، نتيجة لهيمنة السياسة على معظم الإعلاميات ، فبنظرة سريعة على الواقع الإعلامي الدولي ، يتبيّن كم سخّرت السياسة من مدارات إعلامية عديدة ، وخصوصاً ما يُبث منها عبر أثير أمواج التلفزيون والراديو ، إضافة لرواج ما تنشره المؤسسات المختصة من كتب ومجلات وجرائد ونشرات.. فائضة عن الحاجات الاجتماعية الفعلية لا بسبب توظيفها للجهود الإعلامية الكبيرة ، ووضعها في خدمة السياسات الرأسمالية الغربية ، وما يقابلها بدرجة متواضعة لا تُقاس معها ، ضد انتشار النتاجات الإعلامية عند أطراف الرأي الآخر الأهلي ، المستهدف قبل غيره من أي حرب نفسية إعلامية حكومية ، سواء على الصُّعد المحلية أو الاقليمية أو الدولية.

الحرب الاعلامية.. أثراً وتأثيراً :

قد .. يُظن أن من النتائج المعتاد عليها التي تتركها عـروض المـواد الإعلاميـة المختلفـة الانتهاجات ، ليس لها أكثر من تـأثيرات وقتيـة عـابرة في نفـوس الجمهـور المتلقـي لتلـك العروض الإعلامية ، وأن كينونتها تمر في الأذهان مرور الكـرام وأن موقـف إبـداء المرونـة من الأشياء ، مسألة مقترنة عند عموم المتلقين للإعـلام بـتفهم واعٍ يتجـاوز أُطـر التفكـير الذاتي ، وأن الاتجاه نحو الموضوعية هو الأمر الغالـب في التعامـل مـع عمـوم النتاجـات الإسلامية ولما كان الإعلام قد أصبح مصدراً متقدماً ولصيقاً في الحياة اليومية الاجتماعية ، فلعل مثل هذا الطرح السطحي - إذا جازت التسمية - يقود حـتماً للإقـرار، بـأن واحـداً من اثنين هما .. إما أن نزوعاً نفسياً لا مسئولاً لمعرفـة المجهـول ، أو الفضـول لمعرفـة مـا جرى أو يجري من أحداث ووقائع ، هو نوع من محاولة إشباع روحية الذات عضـوياً أو قصداً ، وهذا ما يعطي معنى بـأن هنـاك شـعوراً بالاعتقـاد يسـتهدف رجحـان التفكـير، والأحكام عند المتلقين للإعلام.

فمثلاً حينما يلتزم الإعلام الغربي بعدم التعليق على مذابح الأطفـال والنسـاء في بقـاع محددة من العالم ، فإن هذا الإعلام ذاته يقيم الدنيا ويقعدها استنكاراً عن قيـام إحـدى الدول النامية بإلقاء القبض على عنصر مخابراتي غربي أُدين بالجرم التجسسي المشهود.

إن الإعلام الغربي ما زال يقع في أخطـاء قاتلـة ، والمجتمعـات المتمدنـة سـوف تبقـى مستقبلة للخزعبلات الإعلامية الغربية ، ودسائس أنظمتها الرأسمالية ، وإلى مـا لا نهايـة من الازمنة.

اعتاد .. الإعلام الغربي ، أن يشير لذاتيته بكونـه إعلامـاً حـراً ، في حـين مـن المعلـوم تماماً أن هذا الـذهاب الـنرجسي المتخايـل لا تسـندهُ الوقـائع الملموسـة فكيـف يجيـز الإعلام الغربي بوصف نفسه بـ (الحر) ، وهو يصادر حق إعلاميات العديد من البلدان النامية ، ويحاصرها بألاعيب التبعية الإعلامية له ؟ وهناك انطبـاع سـيكولوجي مـازال يتطلع لما وصل إليه طابع الصراع الإعلامي في العصر الراهن ، وتقـف مسـألة حسـبان

الأمر على أساس الضرورات الحضارية ، لمعرفة ما يمكن أن يتركه الإعلام الفوضوي المغامر من أثر وتأثير ، خصوصاً وان الاقتناع بالسائد من الإعلام يكاد يكون موضوعاً مفروغاً من بحثه ، وهذا ما يجعل هناك دافعاً مستمراً وبالذات لدى المجتمعات العربية والإسلامية لعمل شيء فاضل ، لتحقيق الارتقاء بالإعلام من أجل الحفاظ على نقاء الهوية ، ووضع حدود عقلانية لوقف عمليات ، تثقيف الأجيال إعلامياً بمبادئ الباطل ، واللا مبالاة ، والخذلان عن ركب الحياة الحقيقيّة .

وأن مجالات الإعلام قد طالت جوانب لا حصر لها من اهتمام الأفراد - كل منهم على حدة - وإن أخطر ما يواجه تركيبة المجتمعات الحضارية ، هو الزحف لسلبيات الإعلام الحديث .

والمعيار .. الإعلامي الأول متى ما كانت خلاصة الغاية منه هو الرجاء لبناء وإنعاش النفوس بروح الثقافة الحية ، فيمكن أن يكون هذا المكسب المعنوي الأهم هو الأخذ بالأيادي إلى أن يعيش ، ويتعايش الناس فيما بينهم ، على أفضل ما يكون الاستمتاع بجمالية الأخلاق الإنسانية.

الحرب النفسية الإسرائيلية وتأثيراتها على المنطقة

إذا كانت إسرائيل تكثف من حربها النفسية ضد الفلسطينيين والعرب فإنها حرب بدأتها إسرائيل عندما تقررت في أول مؤتمر صهيونى وركزت على شن حرب نفسية لا تهدأ لجمع الشتات اليهودى وإقامة وطن يهودى على أرض فلسطين العربية مستغلة وعد بلفور. وهذه النوعية من الحروب تنعقد مع الفكر العنصرى العدوانى الاستيطانى الإسرائيلى.

وقد بنت استراتيجيتها لشنِّ الحرب النفسية على مزاعم وأكاذيب منها أن تثبت الإحساس لدى الرأى العام العالمى بأن سلام العالم كافة لن يتحقق إلا بوجود دولة إسرائيل القوية ، في الوقت الذى تدير حربها النفسية لإقناع يهود العالم بضرورة التوجه إلى فلسطين أرض الأجداد هروباً من اضطهاد هتلر ، بل واضطهاد العالم لليهود وحتى لا يظل الشعور السائد لدى اليهود أنهم شعب غير مرغوب فيه وأن تمتد الحرب النفسية إلى التأثير النفسى على العرب بأن إسرائيل قوية لا تقهر وأن الجندى الإسرائيلى لا يُقهر حتى ييأسوا من تحقيق أى نصر عربى. مع شن دعايات لكسب الأنصار للصهيونية ، وبذلك فإسرائيل تسعى لشنِّ الحرب النفسية بإطلاق أكاذيب ولتضلل الرأى العام العالمى والعربى.

وقد استطاعت الصهيونية العالمية أن تحدد الدوافع والمنطلقات لحربها النفسية مركِّزة على زعم الحق التاريخي لعودة اليهود إلى أرض الأجداد ومقولة العداء للسامية (الهولوكست أو المحرقة) وأن اليهود تعرضوا إلى شتى وسائل التعذيب والاضطهاد كما حدث لهم في المانيا إبان حكم هتلر وما لاقوه من اضطهاد وتعذيب. وهم حتى الآن يأخذون تعويضات مالية من ألمانيا ، كما تسعى الدعاية الإسرائيلية إلى وصف اليهود بأنه شعب اللـه المختار.

ومقولة أن اليهود الآن يمثلون جيلاً جديداً من اليهود هم "الصابرا" استناداً إلى أنه الجيل الجديد الذى ولد على أرض فلسطين يحق له كل الحق في أن يبنى على الأرض الذى ولد عليها. وتحاول أن تقنع العالم بأن إسرائيل دولة ذات نظام

ديمقراطى يجب أن يُحتذى به ، وأنها الشعب المكافح لكى يبقى على أرض الأجداد ويحق له أن يدافع عن نفسه ليقى عنه صفة العدوان ، وأن الحضارة والتقدم الذى تعيشه إسرائيل يجعلها إذا متقدمة لحماية دول أوربا المتقدمة.

وإذا كانت إسرائيل تشن حربها النفسية لإقناع العالم بأن إسرائيل دولة متقدمة فإنها تصف العرب بأنهم شعوب متخلفة وأن الإسلام الخطر القادم لتقويض السلام وأن ما لدى العرب من قوة مصدرها الطاقة فإنهم يهدرون بذلك الغرب وأن التخلف أدنى أن تكون الشخصية العربية متخلفة.

ولدى العرب أراء متفرقة وأن اليهودية أكثر صلة بالمسيحية ، فاليهودية المسيحية تنتظر عودة المسيح ، كما أنها تجمع العهد لكى تقيم الهيكل الثالث وان ظهور المسيح مرتبط بذلك ، وأن العرب معادون للسامية وأن منظمة التحرير الفلسطينية إنما لا تمثل الشعب الفلسطينى ما تمثلها من الإرهاب الدولى والاقليمى.

تعتمد الحرب النفسية الإسرائيلية على زعمها بضرورة إنشاء إسرائيل الكبرى مع حث الفلسطينيين على الهجرة خارج أرض فلسطين وتحاول إسرائيل أن تشق الصف العربى وتصور أن تنامى القوة العربية يمثل تهديدا لأمن إسرائيل وأمن العالم ولهذا فهى تسعى إلى تفرقة الصف العربى وبثّ روح اليأس والشك والاستسلام. وإنما على تشكك في المنفي الحربى من القضايا العالمية مع إبراز أوجه القصور والتخلف في المجتمعات العربية.

وتمارس حربها النفسية لإقناع الفلسطينيين أنه من الصعب بحيث يجب أن يتجنبوا استخدام العنف الذى يمثل عقيدة إرهابية ، ولبثّ روح اليأس فإنها تصور أن الجيوش الدينية غير قادرة على مؤازرة الموقف العربى وتطرح دائماً فكرة الحكم الذاتى الفلسطينى ووفق إقامة دولة فلسطينية ، لقد أضحت الحرب النفسية الإسرائيلية تستخدم الإعلام الموجَّه لكسب هذه الحرب النفسية.

تمارس إسرائيل اليوم حربا نفسية على الفلسطينيين والعرب بأنها تمتلك أسلحة الدمار الشامل ومنها النووى لإشاعة روح اليأس والخوف في نفوس العرب من قوة إسرائيل العسكرية. وأن الجيوش العربية ستظل متخلفة عن الجيش الإسرائيلى وأن الجيش الإسرائيلى لديه قاعدة صناعات حربية متقدمة تكنولوجيا وأن آلة الحرب الإسرائيلية هى الأفضل دائما. وتركز إسرائيل حاليا على بذل أقصى المحاولات للوصول إلى إنهاء المقاطعة الاقتصادية العربية ، وتحاول أن تصور أنها تمكنت من إقامة قاعدة تسويق لمنتجاتها. وأن الصناعات المعدنية والعسكرية هى الأفضل من حيث التوقع. وتقوم الحرب النفسية الإسرائيلية بدور مؤثر وفعال لتحجيم دور العرب في بناء قدراتهم وقوتهم.

تعتمد إسرائيل على شنِّ الحملة النفسية المحلية بالأكاذيب على عمل تقديرات استراتيجية مدروسة لمكافحة الإرهاب في منطقة الشرق الأوسط وتحاول إسرائيل بث دعاية بأنها الدولة الديمقراطية التى تسعى لحماية المصالح المشتركة على الجانب الأمريكى ، وأن الجانب الأمريكى دولة صديقة تمد إسرائيل بكل احتياجاتها لكى تتمكن إسرائيل من الدفاع عن مصالحه في المنطقة. وأن بقاء إسرائيل دائما ما يحتاج إلى المساعدات المادية من الولايات المتحدة.

وأن الاقتصاد الإسرائيلى قوى وقادر على بقاء إسرائيل في العالم دون خوف من إزالة فإسرائيل قوية ولها صداقات دولية تحمى إسرائيل. وأن إسرائيل في إطار حربها النفسية أنها تسعى إلى زيادة اتساع مجالها الحيوى ليشمل مناطق العالم أمام مصالحها القومية. وتحاول الحرب النفسية الإسرائيلية أن تصور أن روح العداء والكراهية من جانب الشعب الفلسطينى ستظل هى العقبة في الوصول إلى سلام دائم وأى كراهية العرب هى التى تمنح قيام سلام متبادل بين إسرائيل والعرب.

تعتبر إسرائيل أن نجاح حربها النفسية أدى إلى تعاطف دولى لحماية إسرائيل حتى أن الدول العظمى الكبرى تستخدم حقها في المنظمة الدولية لمنع اتخاذ قرارات إدانة لإسرائيل. وأن الحروب في المنطقة جاءت نتيجة لتخوف إسرائيل من قيام الدول العربية بتهديد أمن إسرائيل وحقها في الحياة في سلام وطمأنينة. وأن امتلاكها للآلة

النووية جاء وليد شعورها بالخطر المحيط بها مما يستلزم أن يكون لها سلاح ردع له مصداقية وأنها تحاول إيجاد توازن في التسلح بين العرب وإسرائيل . وعليه فإسرائيل ليست دولة بل دولة تحاول أن تدافع عن وجودها وتريد أن تتعايش سلمياً مع العرب لهذا ترغب في أن لا تكون هناك مقاطعة عربية وأن إسرائيل ستظل دائما في حاجة إلى حمايتها من خلال تحالفها الاستراتيجى مع الولايات المتحدة الأمريكية.

وتتجه حربها النفسية إلى تصوير أن الجدار العازل الذى تقيمه يعنى حماية مواطنيها من الأعمال الإرهابية الفلسطينية وأخذ الضمانات الأمنية لإسرائيل فهو عمل ضرورى من أجل توفير الحماية اللازمة لمواجهة الحرب الإرهابية الفلسطينية.

إن الحرب النفسية الإسرائيلية لن تتوقف فهى أحد الأسلحة التى تستخدمها إسرائيل كذريعة تبيح قيامها بالاعتداءات على دول الجوار وعلى الفلسطينيين وتستغلها لتحقق بها أهدافها التوسعية ورفضها لإعادة الأراضى العربية المحتلة وتبرر عملها المسلح بأنه حالة دفاع عن النفس ، بما يعنى قلب الحقائق ونشر الأكاذيب واستخدام أساليب الخداع بما يحقق مصالحها وبقاءها وبناء سلام إسرائيلى من صنعها لتظل إسرائيل مغتصبة للحقوق العربية.

ستظل إسرائيل تصور الكفاح الوطنى على أنه إرهاب وأنها تستخدم حقها في الدفاع عن نفسها وليس إرهاباً إسرائيلياً متقدماً. ويظل دور شارون مؤيداً لهذه الحرب النفسية التى تحقق أهدافه ونظرته أنه الرجل القوى القادر على حماية أمن إسرائيل.

إن التعاون الاستراتيجى العربى في مجال الإعلام يجب أن ينسق جهوده لشنِّ حرب نفسية تكشف أكاذيب إسرائيل وخطورتها على أمن منطقة الشرق الأوسط وتكشف أهدافها المعادية للأمن العربى. وأنها دولة لا ترغب في تحقيق السلام العادل والدائم وأنها تمارس حربها النفسية من أجل أن تظل دولة تفرض وجودها القوى في المنطقة.

يجب أن تشتمل الحرب النفسية المضادة للدفاع عن العربى أن تظهر حقائق أهداف إسرائيل في السيطرة على المنطقة ولتكون إسرائيل قوة عظمى إقليمية تمتد ليس من الفرات إلى النيل ولكن من الفرات إلى المحيط.

إن التعليم في مدارسنا يجب أن يتجه إلى كشف الحقائق عن إسرائيل استشهاداً بالقرآن الكريم والدور اليهودى في مواجهة الدعوة المحمدية ، وتواصلاً مع حقائق وأهداف إسرائيل من خلال الحروب العربية - الاسرائيلية وتاريخها الطويل في محاولة النيل من القومية العربية وما تحاوله الآن من طمس الهوية العربية وتشويه الشخصية العربية. لم يعد الموقف يحتمل تهاونا في مواجهة الحرب النفسية الإسرائيلية التى لا تقل في ضراوتها عن الحرب الفكرية .

فإسرائيل تشن على الدول العربية حرباً تستخدم أساليب وآليات بالضرورة آلة عسكرية. فالخطر الإسرائيلى لن يكون قاصراً على العمليات العسكرية وحدها بل ستكون مندمجة مع حروب من نوع آخر منها الحرب والعمليات النفسية. يجب أن نتسلح بهذه الآليات لندافع عن حقوقنا المغتصبة.

إن الحروب النفسية بجانب الحروب الإعلامية لهما شأن لا يقل أهمية عن الحروب العسكرية. ويجب أن نتفوق في مجال الحروب النفسية والإعلامية ولدينا آلياتها .

وأن تكون الحرب الثقافية أحد أساليب الحرب النفسية والإعلامية دفاعا عن مبادئنا وقيمنا ضد من يحاول أن ينال من تلك المبادئ ويصور لنا مبادئ وقيم دخيلة تهدد أمننا القومى في أهم أركانه العقيدة الإسلامية وأن يشكك في أن عقيدتنا الإسلامية تحض على الإرهاب فهل هذا معقول؟ وهل يمكن السكوت ؟ علينا بالعمل دفاعا عن عقيدتنا لنخوض حربا نفسية إعلامية نحافظ بها على أنفسنا .

شائعة التطبيع مع إسرائيل نموذجاً

شائعة اسمها " التطبيع " :

تعتمد نظرية الاستقراء التاريخي ، لدى تطبيقها في مجال المستقبليات. على مبدأ الراهنية ، الذي يقتضي أخذ متغيرات الراهن في الحسبان للوصول إلى توقع أكثر دقة حول الطريقة أو النمط الذي سيتكرر الحدث عبره . ولعل أبرز المتغيرات الراهنة هي أن اليهود لم يعودوا أقليات تحتجز نفسها في حارة اليهود (الجيتو) بحيث تتوزع مصالحها بحسب أجواء وظروف المجتمعات التي تقع فيها الحارة.

فقد تجمعت هذه الأقليات في دولة دُعيت " إسرائيل ". وبالتالي فإن الراهن مختلف عن الماضي في نواح عديدة ، أهمها أن يهود إسرائيل باتوا يملكون قوة عملية لمواجهة عقدة المذبحة. فتطور هذه العقدة الخطرة جعلت اليهود لا يكتفون بملكية القوة والمبالغة في أدواتها ، بل تخطوا ذلك إلى سلوك عدواني قهري يجعلهم عاجزين عن الشعور بالأمان ما لم يؤكدوا قدرتهم على الاعتداء على الآخر .

من هنا كانت القيادة الإسرائيلية مجبرة على ارتكاب أخطاء استراتيجية عديدة تحت ضغط الجمهور المذعور الذي لا تمكن طمأنته إلا عبر إثبات القدرة الإسرائيلية على العدوان. حتى بات بالإمكان الحديث عن تطور عقدة المذابح إلى جنون الاضطهاد.

ونتوقف هنا للاستشهاد بأقوال مؤسس التحليل النفسي (وهو فرويد اليهودي) الداعمة لتشخيص جنون الاضطهاد والمؤكدة بأن هذا الجنون ، مع ما يصاحبه من هذاء العظمة المرضي ، موجود في صلب الشخصية اليهودية. بما يجعل من المذابح اليهودية والاعتداءات الإسرائيلية نتيجة لهذا الجنون وليس سبباً له. إذ يقول فرويد في كتابه "موسى والتوحيد" والنص الحرفي ما يلي :

إنه لمما يبعث على دهشة أكبر أيضاً أن نرى الإله اليهودي (يختار) لنفسه على حين بغتة شعباً من الشعوب ليجعله " شعبه المختار " ويعلن أنه إلهه ، وهذه واقعة غريبة في تاريخ الأديان الإنسانية ..

لقد كانت الشروط السياسية تتنافي مع تحول الإله القومي (اليهودي) إلى إله كوني (لكل البشر) ، فمن أين تأتي لهذا الشعب الصغير البائس والعاجز صلف الادعاء بأنه الابن الحبيب للرب ؟ .. ص (92).

لقد كان لنسبة دين يهوه الجديد إلى الآباء الأوائل هدف انتحال هؤلاء الآباء الذين عاشوا في كنعان وارتبطت ذكراهم ببعض الأمكنة في البلاد. ولعلهم كانوا أبطالاً كنعانيين أو آلهة محليين انتحلهم اليهود المهاجرون ليدمجوهم بتاريخهم القديم ، بما يعادل إشهار ارتباط اليهود بالأرض (زوراً) واتقاء للكراهية التي تلاحق المستعمرين. وبفضل هذه المناورة البارعة (أي الاحتيال التاريخي) ساد الادعاء القائل بأن كل ما فعله يهوه هو أنه أعاد إلى اليهود ما كان ذات يوم ملكاً لأسلافهم! .. ص(63).

وهكذا فإننا إذ نقبل ربط جنون الاضطهاد (البارانويا) اليهودي بالمذابح اليهودية فإننا نقدم تنازلاً لا يقبل به فرويد اليهودي ، ومع ذلك نقبل هذا الربط حتى نتجنب ثقل الراهن الذي يجعل تهمة "معاداة اليهود" جاهزة لكل من يحاول رد الحوار مع اليهود إلى العقلانية.

وبطبيعة الحال فإننا لا نخشى هذه التهمة إلا أننا نريد تجنب الجدل الجاهز الذي يحيد بأية مناقشة من هذا النوع عن العقلانية.

مهما يكن فإن تكرار دورة التاريخ اليهودي راهناُ لا بد لها من أن تأخذ في حسبانها أن اليهودي لم يعد يقيم علاقته مع الآخر انطلاقاً من الجيتو ومن موقع الانتماء لأقلية. (وهو يفرض عليه التنازلات ويجعله أقل تهوراً وأكثر تحسباً للمستقبل وهي أمور تجعله أقل عدوانية ظاهرية وبالتالي فإنها تجعله أكثر ميلاً لاعتماد السلوك الاحتيالي). فاليهودي المعاصر يتعامل مع الآخر انطلاقاً من انتمائه لدولة تحظى

باعتراف المجتمع الدولي. وهذه الدولة جاهزة لاحتضانه متى يشاء لمجرد كونه يهودياً.

بل إن هذه الدولة جاهزة لحمايته ، حتى ولو لم يكن حاملاً لجنسيتها ، في حال تعرض للملاحقة القانونية في أي بلد من بلدان العالم. حتى لو كان هذا البلد هو الولايات المتحدة نفسها. وهكذا فإن تحول اليهودي إلى اسرائيلي (سواء حمل الهوية الإسرائيلية أم لا) جعله يطلق العنان لعدوانيته المكبوتة وأصبح أقل ميلاً لاعتماد السلوك الاحتيالي واستعاض عنه بالسلوك العدواني سواء على الصعيد الفردي أو الجماعي.

وهذه الجرعة الإضافية من العدوانية تجعل اليهودي عازفاً ومتمنعاً عن التنازل أمام الأغيار (الغوييم) لدرجة معاملتهم بصورة طبيعية (أي كأنداد). وهذا يعني أن ما اصطلح على تسميته بالتطبيع هو مجرد شائعة كاذبة لا سند لها سوى أحابيل الاحتيال الإسرائيلي. لكن ماذا عن النمط السلوكي الإسرائيلي ؟

النمط السلوكي الإسرائيلي :

وفي عودة إلى "التطبيع" نجد أنه يمثل النمط السلوكي الإسرائيلي (بديل النمط اليهودي). وبمطابقته مع الراهن السياسي (تحول اليهود من مجموعة أقليات إلى دولة) نجد تبدلاً في بعض تفاصيل مراحله ، بحيث تصبح هذه المراحل كالتالي :

أ ـ المرحلة الأولى : تركز إسرائيل محاولاتها لإغواء العرب بالدعوة إلى الجمع بين التكنولوجيا والعصرنة الإسرائيلية وبين رؤوس أموال العرب الأغنياء وبين الأيدي العاملة الرخيصة للعرب الفقراء. وفق هذه الصيغة تطرح إسرائيل اتحاداً شرق أوسطياً (تختلف التسميات باختلاف السيناريوهات) بينها وبين العرب.

وتؤكد بالإيحاء وبالطرق المباشرة على المكاسب التي سيجنيها العرب من مثل هذا الاتحاد. الذي يُؤمِّن استثمارات مربحة للعرب الأغنياء وحياة أكثر رفاهية للعرب الفقراء. أما حصة إسرائيل فإنها ستكون (بحسب هذا الطرح الإغوائي) أقل بما لا

يقاس مع ما يدفعه العرب حالياً كثمن لاستيراد الخبرات التكنولوجية والتكنولوجيا من مصادر أخرى !

بعض العرب وقع في هذا الإغراء لدرجة اقتنع معها بأن إسرائيل تقدم للعرب فرصة النهوض وهي فرصة غير قابلة للتعويض ! بل ربما كانت الصيغة الاتحادية الإسرائيلية هي الصيغة المنطقية الوحيدة لتحقيق تعاون عربي فعلي يتخطى التناقضات العربية الراهنة ! ولا داعي للتذكير بأن امبراطورية الإعلام الأميركي (واليهودي منه خاصة) تدعم هذه الإيحاءات وتغذيها.

ولكننا نقف لنسأل : هل تعني هذه الصيغة اعترافاً بالعرب كآخر؟ وبمعنى أدق : هل إسرائيل ويهودها مستعدون للتعامل مع العرب كبشر متساوين معهم في الحقوق والواجبات ؟ فهذا الاستعداد شرط لايمكن تجاوزه لاعتبار العلاقة طبيعية. وإسرائيل عاجزة عن تحقيق هذا الشرط لأنه يتناقض مع مبادىء الديانة اليهودية ، فتطبيقه يعني التخلي عن أسطورة ""شعب الله المختار"". ومن حقنا التأكيد على عجز أي زعيم أو حزب أو جماعة إسرائيلية عن تنفيذ هذا الشرط. وذلك بشهادة التاريخ اليهودي وبدليل اغتيال رابين وهو على بُعْد عقود زمنية من الخضوع لمثل هذا الشرط.

وبهذا يتأكد لنا أن مصطلح "التطبيع" هو مجرد شائعة إسرائيلية الصنع وأميركية التسويق. والواقع أن لهذا المصطلح مفهوماً ما خلف لغوي (Meta Linguististique) وهو إقامة شراكة مصالح بين الإسرائيليين والعرب ، وهي شراكة لا يمكنها أن تختلف عن مبادئ الشراكة في النمط السلوكي اليهودي المشروح أعلاه. ولكن ماذا عن المرحلة التالية ؟ أو بمعنى آخر : ما هي التصورات الإسرائيلية للمرحلة التالية لما تسميه بالتطبيع؟

ب ـ المرحلة الثانية : وتمثل استمرارية التطور المستقبلية للشراكة العربية الإسرائيلية. وفيها أن تفوق العرب من حيث الثروة والعدد يجعل إسرائيل في وضعية الشريك الأضعف الذي يطالب بضمان حقوقه ، حيث بدأت ملامح هذه المرحلة

بإعلان إسرائيل الرسمي (عممته وسائل الإعلام العالمية) عن خوفها من التحول إلى مجرد سوبر ماركت عربي !

على هذا الأساس فإنها تطالب بجملة ضمانات إضافية ، أهمها الإصرار على الحفاظ على التفوق العسكري الإسرائيلي والاستمرار في رفضها التوقيع على معاهدة الأسلحة النووية ونكرانها ملكية أسلحة الدمار الشامل.

كما أن ادعاء الخوف هذا يتيح لإسرائيل أن تظهر مرونة (كاذبة) أثناء المفاوضات ثم تتراجع عنها تحت ضغط الرأي العام الإسرائيلي المذعور! وهكذا تتمكن إسرائيل من تحويل أية مفاوضات تخوضها إلى مجرد عملية احتيال قوامها إطلاق وعود خلابة لا تلتزم بتنفيذها ولكنها تلتزم بالاستفادة من التنازلات العربية التي تقدم مقابل تلك الوعود !



نماذج لأقوى الشائعات على مر التاريخ

تلعب الشائعة دوراً مؤثراً في الأحداث على المستوى الجماعي والفردي ، ولنأخذ بعض الأمثلة لتأثير الشائعة :

• أشيع أن سقراط يفسد عقول الشباب بما يطرح عليهم من تساؤلات ، وقد أدى ذلك إلى حشد الرأى العام ضده ومطالبته بقتله وقد تم فعلاً ذلك.

• أشاع بعض أعوان نيرون أنه لم يحرق روما وإنما حرقها بعض المسيحيين مما أدى إلى حملة اضطهاد موجهة نحو المسيحيين في روما.

• كادت شائعة قتل سيدنا عثمان أن تشعل حرباً بين المسلمين وأهل قريش لولا اكتشاف عدم صحتها قبل أن تتطور الأمور.

• كان التتار يستفيدون من شائعة الرعب في قلوب المسلمين قبل غزوهم مما أثر على معنوياتهم وجعلهم يخشون لقاءهم ، إلى أن وفق الله القائد المظفر قطز فأعاد للناس رشدهم وشحذ هممهم ونقى نفوسهم من أثر الشائعات التي أحاط التتار بها أنفسهم ، وكانت النتيجة انتصار المسلمين عليهم في عين جالوت.

• أطلقت أمريكا شائعة امتلاك العراق لأسلحة الدمار الشامل وبناءا على هذه الشائعة التي ثبت كذبها قامت بالحرب على العراق ودمرت دولة بأكملها وزرعت فيها بذور الشقاق.

• شاركت بعض الفضائيات العالمية في إطلاق بعض الشائعات في السنوات الأخيرة بهدف التأثير في مجرى الأحداث.

• تحارب بعض الشركات بعضها البعض عن طريق ترويج الشائعات والشائعات المضادة .

• كثيراً ما تتعرض البورصة لهزات شديدة بسبب إطلاق بعض الشائعات التي تهز الثقة أو ترفع الثقة في شركات بعينها.

•شائعة قتل الرسول (ﷺ) في غزوة أُحُد ، وشائعة قتل سيدنا عثمان رضي اللــه عنـه والتي تبعتها بيعة الرضوان ثم صلح الحديبية.

•حادثة الإفك التي حاولت تشويه صورة السيدة عائشة وبيت النبوة.

•شائعة جيش التتار الذي يأكل الأخضر واليابس في طريقه ولا توجد قوة عـلى الأرض تستطيع إيقافه.

•شائعة الجيش الإسرائيلي الذي لا يُقهر.

•شائعة أن إسرائيل تلوث مياه الشرب وتلوث الهواء في مصر.

•شائعة امتلاك العراق لأسلحة الدمار الشامل وللمدفع العملاق.

•شائعة تسمم الغذاء في المدارس وانتقال أعـداد كبـيرة مـن الفتيـات عـلى أثرهـا إلى المستشفيات.

•شائعة أن الأقمار الصناعية الأمريكية تعرف ماركة الملابس الداخلية لصدام حسين.

•شائعة أن شركة ماكدونالد تضيف الديدان على سندوتشات الهـامبورجر لتزيـد مـن محتويات البروتين فيها.

•شائعة الأطباق الطائرة ومثلث برمودا.

•شائعات العفاريت والجن والبيوت المسكونة.

•شائعات تلبُّس الجن بأشخاص معينين وإحداث أمراض بهم.

•شائعات الولاية والكرامات لبعض الأشخاص.

•شائعات القدرة الخارقة لدى بعض الأشخاص.

•شائعات يطلقها نجوم الفن لزيادة شهرتهم.

•شائعة أن المسلمين وراء حوادث الإرهاب في العالم.

شائعات طالت الفنانين :

هل يمكن أن يصل الحقد بإنسان إلى اللجوء لأدنى وأحطِّ الأسلحة للنَّيل من خَصْـمه ، إلى درجة إطلاق أبشـع أنـواع الشـائعات عليـه .. شـائعات كفيلـة بقتـل الطـرف الآخـر وتمزيق كرامته وشرفه إرباً ؟

هذا ما حدث للأسف مع المطربة الكبيرة ليلى مراد ، فقـد تـم تـرويج شـائعة دنيئـة عنها ، هدفها الطعن في إسلامها ووطنيتها ، ويقـال أن مصـدر هـذه الشـائعة قـد يكـون دوائر الأمن السورى لمنع أفلامها في سوريا .. أو قد يكـون أنـور وجـدى بغـرض الانتقـام منها بعد أن حدث الطلاق بيـنهما وهـذه الشـائعة الخسيسـة عزفـت عـلى وتـر شـديد الحساسية يخص الفنانة ليلى مراد ، وهو وتر ديانتها اليهودية السابقة .

فقد تم الادعـاء بأنهـا زارت إسرائيـل وجمعـت تبرعـات تقـدر بــ(50 ألـف جنيـه) لتمويل الجيش الصهيوني .

ويُذكر أن ليلى مراد عقب سماعها الخبر أغمي عليها وقالت : (الـلـه يجازيك يا أنور) ـ تقصد أنور وجدي ـ ، وعقدت لـيلى مـراد مـؤتمراً صحفيا نفـت فيـه جمـع تبرعـات لإسرائيل .

ولقد أثَّرت هذه الشائعة أسوأ تأثير عليها ، فقد أحدثت الشائعة ردود فعـل غاضـبة منعت على إثرها أغاني ليلى مراد وأفلامها في سوريا ، مما جعلها تقـدم عـلى إنتـاج فـيلم (الحياة حب) الذي تدور أحداثه حول ارتباطهـا وتعاطفهـا مـع الجـيش المصري لتحريـر فلسطين .. وكان الفيلم ضـعيف المسـتوى ولم يُضـف لتاريخهـا شـيئاً .. ونتيجـة الحملـة الشعواء ضدها تركت ليلى الأضواء عام 1955 .

ولقد عزمت السلطات المصرية على اعتقالها ومصادرة أموالها .. وبعـد تحريـات قـام بها مجلس قيادة الثورة تأكدت براءتها وبعد 74 عاماً استطاع أحد الباحثين تجميع أدلـة براءتها .. وهناك رسالة من أنور وجدي تم العثور عليهـا يقـول فيهـا إنـه لم يطلـق لـيلى مراد بسبب خلاف سياسي أو ميول وطنية .. بل كان الطلاق لأسباب عاطفية.

ولقد قال أحد المقربين منها : إنها في سنواتها الأخيرة كانت تشعر بالحزن الشديد نظراً لعدم استطاعتها الصلاة وهى قائمة.

ويُذكر أنه بعد توقيع اتفاقية كامب ديفيد توجه إليها وفد إسرائيلي لتعود إلى ديانتها الأساسية غير أنها رفضت العودة وأصرت على مصريتها وإسلامها.

وأصبحت الشائعات عنصراً أساسياً من عناصر الأخبار التي تتناول حياة الفنانين المشاهير بشكل عام فلا يمر عام دون أن تتناول الصحافة هنا وهناك حياة أحد الفنانين أو الفنانات.. وتكون الشائعات هي ملح التغطية .. فهناك لغط كبير .. وتضارب في أخبار الأحداث المتعلقة بسيرة أهل الفن .. وتختلف الشائعات في نوعها .. وحجمها ، ومصدرها .. وحبكتها.. وكيفية انتشارها.

فمعظم الشائعات التي تطارد الفنانين تلامس وتراً حساساً لديهم.. إما علاقات زوجية ، أو فضائح أو جرائم ، أو اختلاساً أو تزويراً ، أو انتقالاً لموقع جديد .. وعادة تكون حياة الفنان الخاصة عُرْضة لتناول الأقلام الصحفية المتعطشة للشائعات والباحثة عن الإثارة . وقد تعرض العديد من النجوم خلال رحلتهم الفنية إلى الكثير من الشائعات ، التي لا شك أنها ستلقي بظلالها على حياتهم ، سواء كان على الصعيد الفني ، أو الاجتماعي أو الشخصي.

وتُعد الشائعات جزءاً من ضرائب الشهرة التي يقتطعها الفنان أو الفنانة من حياته الخاصة ، ومن أعصابه ووقته.

الشائعات أصبحت شيئاً أساسياً في حياة الفنانين ، وكل يوم نسمع عن طلاق فنانة أو زواجها أو علاقة غرامية بين فنانة شابة وثري عربي ، بل إنّ بعض النجوم يروج للشائعات بنفسه حتى يجذب الأضواء التي قد تغيب في بعض الأحيان ، وهي مجرد شائعات لا تضر بصاحبها.

ولكن الشيء المؤسف هو ظهور موضة جديدة من الشائعات حول مرض أو وفاة بعض الفنانين ، وقد تكرر هذا في الأسابيع الماضية بصورة كبيرة ، ولا أحد يعلم من وراء إطلاق هذه الشائعات المريضة والتي تجعل الفنان يسمع خبر وفاته من التليفزيون أو من الصحف والمجلات وهو مازال حيّاً ينعم بالصحة والعافية.

ففي الفترة الماضية قامت إحدى المجلات العربية بإشاعة خبر وفاة الفنانة المعتزلة "شادية" وأن رحيلها حتى الآن مازال محل سرية تامة تنفيذاً لوصيتها بعدم نشر أو إذاعة خبر رحيلها في وسائل الإعلام زهداً في الحياة الدنيا وأضوائها.

ولم تكن هذه هي الشائعة الأولى التي تطارد الفنانة شادية في التوقيت الذي يصادف عيد ميلادها ، فقد استبقت بعدة شائعات في نفس التوقيت على مدار الأعوام الماضية وتحديداً منذ إعلانها اعتزال الفن نهائياً بلا رجعة وارتداء الحجاب عام 1988 ، ويبدو أن الأضواء ترفض أن تبتعد عنها وتترك لها حياة الهدوء التي أسدلت معها من حينها ستاراً كثيفاً حول حياتها بعدما ارتضت أن تنذر ما تبقى من عمرها في طاعة الله تعالى والانشغال بأمور العبادة.

أما الفنان عادل امام فقد فوجىء مؤخراً بالعديد من الاتصالات داخل وخارج الوسط الفني ، من مصر والعديد من الأقطار العربية للاطمئنان عليه بعد أن تسربت بسرعة غريبة شائعة عن وفاته إلا أنه استقبل الشائعة بروح مرحة خاصة أنه لا يوجد ما يدعو لها.

فعادل يتمتع بصحة طيبة والحمد لله على حد تعبيره ويستعد لتصوير فيلمه الجديد "مرجان أحمد مرجان" وردَّ بنفسه على كل الاتصالات لينفي تلك الشائعة التي لا يعلم أحد مصدرها.

أيضاً الفنانة "صباح" تداول الناس في مصر شائعة وفاتها ، بعد بث برنامجين عن حياتها بالصدفة على قناتي المنوعات و"ايه ار تي" في نفس اليوم.

ولأن الناس اعتادوا تذكر القنوات لسجلات النجوم الكبار مع رحيلهم ، ظنوا أن مكروهاً أصاب الصبوحة ، كذلك اعتمد مروجو الشائعة على كلام أحد المنجمين الذي قال أن "هالة سوداء" تحيط بصباح في العام الجديد.

والأمر نفسه تكرر مع الفنانة نبيلة عبيد ، التي عادت من رحلتها إلى أميركا لتفاجأ بأن أسرتها اضطرت لنفي شائعة وفاتها الغريبة ، والتي انطلقت فجأة وربما اعتمدت على سفرها خارج مصر ، وأبدت نبيلة استياءها الشديد من ترديد هذه الشائعات دون التأكد منها.

وكانت الفنانة ماجدة الصباحي قد تعرضت لشائعة مماثلة قبل أسبوعين لكنها لم تصمد طويلاً ، رغم أن البعض أكد أن " الجنازة " شُيعت بالفعل ، لكن ربما كان السبب وراء الخبر الكاذب الربط بين وفاة الفنانة ماجدة الخطيب قبل الشائعة بأيام وكذلك وفاة الفنان إيهاب نافع زوج ماجدة السابق.

أما نادية الجندي فتردد أنها تعرضت للموت وهي في منطقة مارينا القريبة من الاسكندرية ، وأن سيدة مجهولة هاجمتها في الشاليه الذي تملكه وطعنتها بالسكين ، ووقتها صرحت نادية الجندي بأنها لا تستبعد أن تكون هذه الشائعة من صنع نجمة أخرى تكرهها.

وتعرضت يسرا لشائعة غريبة انتشرت في الخليج كله عن اغتيالها وشعرت يسرا بالفزع خاصة عندما توالت الاتصالات من داخل مصر وخارجها ليتأكد أصحابها مما سمعوه عن اغتيال يسرا ! وعلى الهواء ومن خلال إذاعة الكويت نفت يسرا تلك الشائعة التي وصفتها بأنها شائعة سخيفة جدا أفزعتها هي وزوجها وأمها وعائلتها وجمهورها !

وقالت يسرا : لم أتخيل يوما أن أسمع خبرا عن اغتيالي وأنا في غرفة نومي وليتهم قالوا يسرا ماتت ، كانت الشائعة وقتها ستكون هينة لأن الموت علينا حق ، لكن أن يقولوا يسرا تعرضت للاغتيال فهذه شائعة كما قلت سخيفة بل وبشعة.

المطرب محمد فؤاد فوجىء بالكثير من الاتصالات يطمئن أصحابها فيها عليه بعد أن ترددت شائعة بأن مجهولين أطلقوا الرصاص عليه ، ووقتها خرج محمد فؤاد على شاشة التلفزيون لينفي تلك الشائعة الغريبة التي هزت أسرته وجمهوره ولم يتمالك فؤاد نفسه وبكى وهو يتساءل ما الذي يريدونه من هذه الشائعة المدمرة ؟

ووقتها ردد الكثيرون أن شائعة إطلاق الرصاص على محمد فؤاد وراءها حرب المطربين ومنتجو الكاسيت ، ولم ينج المطرب كاظم الساهر من مثل هذه الشائعات عندما أذاعت إحدى الإذاعات العربية خبرا عن وفاته متأثرا بأزمة قلبية ، ثم عادت بسرعة لتعتذر وتنفي الخبر.

وكانت الفنانة أحلام من أشهر ضحايا الشائعات بين الفنانات الخليجيات ، حيث تناقلت المجلات والصحف الفنية أخبارها باستمرار ، وتعرضت لشائعات قوية خاصة حول زواجها من بطل الراليات مبارك الهاجري ، مما جعلها تضع حداً لهذه الشائعات بإعلان زواجها رسمياً وفي حفل ضخم في مدينة دبي ، كما تعرض تاريخها الفني لهجوم شرس لا يخلو من مكر المقصد ، وخبث التناول ، وكانت الشائعة سيدة الموقف.. حيث تحدثت الصحف عن بداياتها الفنية ، وما إلى ذلك إلا أن الفنانة أحلام كانت في كل مرة تتصدى لتلك الشائعات بضراوة شديدة .. وقال بعض النقاد الفنيين ان شهرة أحلام .. وقاعدتها الجماهيرية كانت السبب في حجم الشائعات واهتمام الصحافة بها.

كما كان نصيب الفنان راشد الماجد وافراً وحظه عظيماً في مجال الشائعات التي عمت الصحف والمجالس العربية .. وكان أبرز تلك الشائعات نبأ زواجه من إحدى الفتيات ، وأنه رُزِق منها ابناً عمره عامان.

كذلك تطارد الشائعات الفنانة أنغام ، وأكثرها رواجاً تلك التي تتحدث عن زواجها من الموزع الموسيقي ، فهد الذي قدم لها العديد من الأعمال ، وأقام معها تعاوناً كبيراً.. وظلت أنغام تنفي هذه الشائعات باستمرار وتؤكد أنها لن تخفي زواجها عن العالم ، وأنها إذا ما أقدمت على الزواج فستعلن ذلك للملأ دون شك.

ولم يسلم الفنان العراقي كاظم الساهر من شظايا الشائعات .. حيث أشيع أنـه قضى نحبه أثناء جولة فنية بسبب حادث طائرة .. إضافة إلى قصة زواجه من إحدى الفنانـات العربيات التي دار حولها الكثير من الحديث .. ومن الشائعات أيضاً ما تعرض لـه عمـرو دياب حيث أشيع أنه دخل المستشفي إثر حادث تعرض له أثناء إحـدى رحلاتـه الفنيـة في لندن .. كذلك شائعة زواجه من إحدى الفرنسـيات. كـما تناولـت الشـائعات خلافاتـه مع المتعهدين وشركات الإنتاج التي وصلت إلى المحاكم وبلغت تكاليفها الملايين.

أصالة نصري الفنانة السـورية عانـت هـي الأخـرى مـن الشـائعات .. حيـث اتهمـت بسرقة العديد من الأعمال الفنية والألحان .. وطالت الشـائعات خلافاتهـا مـع الفنانـات الخليجيات بسبب اتهامها لبعضهن بالضعف الفني .. لكن أصالة نفت كل ذلك بشدة .. وأكدت أن جميع الفنانات في الوسط الفني العربي زميلات لهـا ولا تُكِـنّ لأي مـنهن غـير الود والاحترام.

لم ترحم الشائعات البغيضة فنان العرب محمد عبده .. بـل لامسـت حياتـه الخاصـة حينما أشيع أنه تزوج على أم العيال .. وشائعة أخرى حول اعتزالـه الفـن سـيطرت عـلى الساحة الفنية في فترة من الفترات.

كما تعرض الفنان الشاب جواد العلي للكثير من الشائعات كان آخرها الحادث الـذي تعرض له في الرياض وأُدخل على أثره المستشـفي وفقـد صـوته.. وكـذلك الفنانـة زينـب العسكري التي زوَّجتها الصحافة عشرات المـرات وفي كـل مـرة تنسـج حولهـا قصـة زواج مختلفة وجديدة.

وهكذا يـدفع المشـاهير ثمـن الشـهرة ، وضريبـة حـب الجمهـور ، ويصـطاد مروجـو الشائعات في المياه العكـرة ، تسـاعدهم الصـحف والمجـلات المغرضـة التـي تبحـث عـن زيادة التوزيع عبر بوابة الشائعات والإثارة.

شائعات معاصرة :

الشائعة الأولى: الماء فيه سم قاتل !

سبب انتشارها : حالات التسمم التي وقعت لبعض من المواطنين بعد شربهم المياه بالإضافة إلى ارتفاع نسبة الفشل الكلوي لدى المصريين "نسبة الإصابة بهذا المرض في مصر أربعة أضعافها في دول العالم الأخرى" بسبب تلوث المياه ، ناهيك عن أن أي مواطن صالح لديه "أنف شمامة" و"لسان ذواقة" سيكتشف حتماً أن سرسوب البتاع الذي ينزل إليه عذباً رقراقاً من الحنفية ليس صالحاً - في معظم الأحوال- للاستخدام الآدمي .

أضف إلى ذلك أن أياً من المسئولين عند ظهوره في التليفزيون تجد أمامه دوماً زجاجة مياه معدنية وهو ما تم تفسيره شعبيا على أنهم "بيشربوا المية الكويسة وسايبين لنا المية الوحشة ! " ، اللافت أن المياه المعدنية لم تسلم هي الأخرى من الشائعات خاصة بعد اعتراف شركة كبرى بأن مياهها التي تعبئها في زجاجات وتبيعها للناس لا معدنية ولا حاجة وإنما هي قادمة للتو من الحنفية .. ملوثة برضه يعني !

الشائعة الثانية: لو قربت من فرخة هتموت ! :

سبب انتشارها : فيروس أنفلونزا الطيور لمَّا حط في مصر ، وطريقة التعامل الحكومي مع المرض بشكل فيه فزع مبالغ أكثر من الجدية المستندة إلى خطط ودراسات مسبقة ، الأمر الذي جعل المصريين يطلقون شائعة " لو قربت من الفرخة هتكاكي وهتموت .. وجايز تموت قبل ما تكاكي كمان!" ، وذلك لم يقف عند حد الدجاج الحي فقط بل طال الدجاج المذبوح والمجمد والمطبوخ ، والذي يفترض أن الفيروس غير موجود به ، النتيجة المباشرة لذلك كانت انهيار تجارة الدواجن في مصر والتي تُقدر قيمتها بمليارات الجنيهات.

نسبة صحتها : لا بأس بها .. لاحظ أن هناك ما يقرب من 30 مصرياً لقوا حتفهم بسبب فيروس أنفلونزا الطيور.

الشائعة الثالثة: الحزام واللبان الجنسي :

سبب انتشارها : عضو مجلس شعب في الحزب الوطني والتي انتشرت في منتصف التسعينيات من القرن الماضي ، ويقال أنه " لبان إذا مضغته وحزام إذا وضعته على وسطك أصابك بعجز جنسي كامل" كان من السهل جداً أن تنتشر في مثل هذا الوقت ، خاصة وأن المصريين لديهم هوس بكل ما هو متعلق بالجنس ، ولإضافة بهارات على الشائعة تم تأكيد أن "إسرائيل" هي التي تقف وراء إدخال الحزام واللبان الجنسي إلى مصر لضرب الخصوبة المصرية في مقتل !

نسبة صحتها : ضعيفة جداً .. لم يعثر أحد حتى وقتنا هذا على الحزام الخارق أو ذلك اللبان المعجزة .

الشائعة الرابعة : الفتاة .. "المسخ " ! :

سبب انتشارها : صحيفة حوادث صفراء باقتدار نشرت صورة مركبة لكائن خرافي بشع الخلقة ، وكتبت أسفل الصورة أن هذا المسخ ليس سوى فتاة خرجت عن دينها وداست بقدميها على نسخة من القرآن الكريم فسخطها اللـه على الفور إلى هيئتها البشعة هذه ، باعت الجريدة عدداً فلكياً من النسخ على حس هذا الموضوع الافتكاسة ولما بدا أن السبوبة احلوت نشروا في العدد التالي حواراً مع الفتاة المسخ نفسها ! اعترفت فيها بخطيئتها ودعت القراء إلى أن يساعدوها في العودة إلى اللـه !

لاحظ أن أحداً من الذين يصرخون الآن حول ميثاق الشرف الصحفي لم ينطق بحرف واحد ضد هذه الخزعبلات- ولأن الدين لدى المصريين يحتل مكانة كبيرة وعظمى حتى ولو لم يطبقوا مبادئه وشرائعه فإن الشائعة وجدت طريقاً سهلاً للانتشار للدرجة التي دفعت البعض لحد القسم بأن القصة صحيحة ، وأنه قابل الفتاة المسخ شخصيا !

إن المسخ هنا فتاة وليس رجلاً ؛ لأن هذا يتماشى مع المزاج الشعبي الـذي يعتقـد أن المرأة ليست سوى "خطيئة " تسير على قدمين وهي التي يجب أن تتحول إلى مسخ.

نسبة صحتها: صـفر طبعـاً .. لـيس لأن الجريـدة غـير موثـوق بهـا ، لكـن لأن مجلـة "نصف الدنيا" كشفت بعد انتشار الشائعة بعدة أسابيع أن صورة الفتـاة المسـخ ليسـت سوى لوحة معلقة في أحد متاحف "أوربا".

الشائعة الخامسة : "صدام" لم يمت ! :

سبب انتشارها : الانطباع السائد عن "صدام حسين" ككل الحكام الـديكتاتوريين أنـه إله لا يموت أبداً ، بالإضافة إلى أن رباطة الجأش والشجاعة التي أبداها الرئيس العراقـي السابق أثناء محاكمته وحتى قبل لحظـات مـن إعدامـه ، جنبـاً إلى جنـب أن كثـيراً مـن المصريين لا يزالون يحملون ذكريات طيبة عن الأيام التي قضوها في العراق والخير الـذي أتوا به من هناك ، ومن أن " صـدام " - شـئنا أم أبينـا- تحـول إلى رمـز لمقاومـة أمريكـا وجبروتها .

كل هذه العوامل جعلت الشـائعة تخـرج مـن مصر تحديـدا ولا تخـرج مـن العـراق موطن "صدام" الأصلي - لاحظ أن الشائعة مستندة إلى شائعة أخرى تقول بأن الشـخص الذي قبضت عليه القوات الأمريكية في تلك الحفرة الشهيرة لم يكن "صدام حسين" أصـلا ، وهي الشائعة التي روجت لها جريدة "الأسبوع" في حينها بكل ما أوتيت من قوة.

انتشار الشائعة بين المصريـين دفعـت الكاتـب " أنـيس الدغيـدي " -وهـو شـخص لا تختلف كتبه كثيراً عن أفلام " إيناس الدغيدي " ! - إلى أن يصدر كتابا بعنـوان "صـدام لم يُعدم وعدي وقصي لم يقتلا. أكاذيب أمريكا وأسرار لعبة الشـبيه" وفيـه قـال إنـه يمتلـك 147 دليلاً على أن الذي مات ليس هو الرئيس العراقي السابق.. وبالطبع حقـق الكتـاب أعلى المبيعات عندما صدر في الدورة الأخيرة لمعرض القاهرة الدولي للكتاب !

نسبة صحتها : صفر بكل تأكيد .. إذا لم تكن تصدق شريط الفيديو الذي أظهر لحظات إعدام "صدام" بالصوت والصورة فعليك أن تذهب مباشرة إلى مدينة "العوجة" بالعراق لترى قبر "صدام حسين" هناك مكذباً كل هذه الشائعات.

الشائعة السادسة : في صحة الرئيس :

طالت الشائعات حكام مصر سواء كانوا ملوكاً أو رؤساء ، فالملك "فاروق" مثلاً قيل عنه إنه سكير و" قمارتي" وباحث عن النساء بأي طريقة .

وفيما لم تثبت أي شائعة من هذه الشائعات حتى وقتنا هذا ، رحل الرجل وبقيت الشائعات عالقة به إلى وقتنا هذا ، الرئيس "جمال عبد الناصر" لحقت به شائعات أنه ساهم أو سهل عملية قتل المشير "عبد الحكيم عامر" بعد الخسارة المذلة في حرب يونيو 1967 ولم يثبت هذا طبعاً رغم وفاة "عبد الناصر" منذ ما يقرب من أربعين عاما وهي الوفاة التي كانت محلاً للشائعات بدورها بعدما قيل إنه مات بسبب تناوله لمشروب به سم دسَّته له المخابرات الأمريكية.

الرئيس "السادات" قيل أيضاً إنه كان يتعاطى بعض أنواع المخدرات ، بل إن الشائعات تطورت في هذا الأمر وتحولت إلى نكات لاذعة. فمن الشائعات التاريخية التي استلمها الناس عن الزعماء من الأجيال السابقة أن طاقم المطبخ في قصر الملك فاروق كان يضرب الحمام المسلوق في الخلاط ثم يصفيه ويقدمه شراباً للملك يتناوله على الإفطار والسؤال –على لسان الكاتب- هو كان فيه خلاطات أيام الملك؟

أما الرئيس "مبارك" فإن أهم الشائعات هي تلك التي لحقت بصحته خاصة في السنوات الأخيرة بعدما تعرض لوعكة صحية أثناء إلقاء خطاب له في مجلس الشعب منذ عدة سنوات.

الشائعة السابعة: الجواز هيغلى .. البنزين هيولع!

سبب انتشارها : نموذج مثالي للشائعات التي تنتشر بسبب انعدام الثقة بين الحكومة والشعب ، فالأخير لا يتوقع أن تقوم الأولى بمراعاة ظروفه وهي تأخذ موقفاً ما أو وهي تصدر قانونا جديدا ، فلما تقترب السنة الميلادية من نهايتها وتتناثر أقوال عن نية الحكومة في وضع قانون جديد للأحوال الشخصية يطلق أحدهم شائعة عن أن التكاليف الحكومية للزواج المرتبطة بالأوراق والتمغات وما شابه ستزيد أربعة أضعاف فيسارع كل المخطوبين بعقد القران..

يحدث هذا أيضاً فيما يتعلق برفع أسعار البنزين ، وهي الشائعة التي تنطلق عندما يحدث وتعلن إحدى محطات الخدمة أن البنزين الذي لديها قد نفد ، فيتم تفسير ذلك على أساس أنه تعطيش للسوق حتى يتم رفع أسعار البنزين.. وعليه ستجد السيارات وقد تزاحمت بشكل لا يصدقه عقل -وخاصة في الساعات الأخيرة من الليل- حتى تلحق البنزين قبل ارتفاع أسعاره.

هذه الأمثلة وغيرها كثير توضح كيف تؤثر الشائعة في الأحداث السياسية والاجتماعية والاقتصادية ، وذلك من خلال التأثير في توجهات الناس وروحهم المعنوية ، أو بلبلة الرأي العام وتفكيك الجماعة ، أو التأثير في مسارات الأحداث أو التأثير في الإنتاج والتسويق.

الاقتصاد المصري على كف الشائعات

وحش الشائعات ينهش جسد البورصة :

الهبوط الذي شهدته البورصات العالمية خلال الفترة من 28 فبراير إلى أول مارس 2007 والذي جاء متأثراً بشائعة تم إطلاقها حول مشروع فرض ضرائب على الأرباح التي تحققها البورصة ، كشف بوضوح عن الدور الذي تلعبه الشائعات في عالم الاقتصاد ، وهو الدور الذي يظهر بشكل واضح في مصر ، حيث تجد الشائعات بيئة خصبة للنمو بسبب عدم توافر المعلومات وانعدام الثقة بين المواطن والحكومة ، وهما المشكلتان اللتان تعاني منهما معظم الدول النامية ، حتى بات المحللون الاقتصاديون يصفون الاقتصاد المصري بأنه على " كف الشائعات " ، وتلعب هذه الشائعات غالباً على محوري الوطنية والدين.

ففي عام 2002 أرادت إحدى شركات المياه المعدنية ضرب شركة منافسة ، فنشرت شائعة بأن هذه الشركة تعبىء مياهها في إسرائيل ، وكان للشائعة دورها في تردي مبيعات الشركة ؛ لأن المنافسين لعبوا بذكاء على وتر الوطنية ، وفي منتصف الثمانينيات كانت المنافسة على أشدها بين شركتين تنتجان نوعاً من البسكويت المغطى بالشيكولاتة ، وفجأة انطلقت شائعة بأن الشركة التي تنتج بسكويت "س" تستخدم دهن الخنزير ، وبسبب طبيعة الشعب المصري تراجعت مبيعات هذه الشركة.

ومنذ سنوات انتشرت شائعات بأن الياميش المستورد من تركيا وإيران به مواد مشعة ، وكان الهدف بالطبع هو صالح الياميش السوري والمحلي ، وهو ما تكرر أيضاً مع انتشار شائعة بأن الأحزمة المستوردة تجلب العقم للرجال وتقلل من خصوبتهم مما أدى إلى كساد تلك الأحزمة.

وأحياناً قد تستند الشائعة إلى جانب من الحقيقة ، فقد تسرب خبر في عام 1978 بنية الحكومة إلغاء الدعم العيني واستبداله بدعم نقدي ، مما كان له أثر كبير على أسعار السكر والزيت والشاي واختفائها من الأسواق ، وذهبت الأرباح بالطبع إلى جيوب تجار هذه السلع.

أما مجال سعر الصرف فقد شهد الكثير من الشائعات التي كانت تستغل حوادث عالمية لإطلاق شائعة بارتفاع سعر الدولار ، مما يؤدي إلى تزايد الطلب على الدولار بمعدلات كبيرة فيرتفع سعره مقابل الجنيه المصري ، وقد توارت هذه الظاهرة بعض الشيء بعد تحرير الحكومة لسعر صرف الجنيه ، فأصبحت سوقاً حرة حسب العرض والطلب مع تدخل بسيط للحكومة على فترات لضبط السوق.

البورصة الأكثر تأثرا :

وتعد البورصة من أكثر القطاعات تأثراً بالشائعات ، وتهدف إلى التأثير في قناعات المستثمرين في الأسواق دون الالتفات إلى معطيات ذات تأثير أكبر ، وصغار المستثمرين من ذوي الخبرة المحدودة والوعي الاستثماري الضعيف هم الأكثر تأثراً بهذه الشائعات من خلال تأثيرها الواضح في قراراتهم الاستثمارية سواء بالبيع أو الشراء .

وعادة ما تهدف الشائعات إما إلى خلق طلب مصطنع أو عرض بيع مصطنع على أسهم بعض الشركات ، وبالتالي رفع سعر أسهم بعض الشركات أو تخفيض أسعار أسهم شركات أخرى دون وجود مبررات منطقية أو موضوعية لهذا الارتفاع أو الانخفاض ، وعادة ما تخدم هذه الشائعات مصالح مروِّجيها من حيث تحقيق مكاسب سريعة أو تجنب خسائر كبيرة.

ويفسر د.مصطفي السعيد -وزير الاقتصاد المصري الأسبق- سبب انطلاق الشائعات الاقتصادية بتعارض المصالح وتشابكها ، فهناك دائماً مصالح متعارضة سواء بين المستورد والمنتج المحلي أو بين المستورد والمستورد أو بين المنتج المحلي والمنتج المحلي ، وعادة ما تظهر الشائعة لتحقيق غرض اقتصادي وربح غير مشروع.

ويضيف : عندما كنت وزيراً للاقتصاد كانت شائعات ارتفاع وانخفاض أسعار الدولار من أكثر الشائعات انتشاراً ، وذلك لسيطرة تجار العملة على السوق النقدي ولذلك لا بد من مواجهة هذه الشائعات وقتلها في بداياتها حتى لا تستفحل ، خاصة في وقت الأزمات أو الكوارث ، وهما البيئة المثالية لإطلاق هذه الشائعات.

انعدام الثقة وقلة المعلومات :

وعن أسباب انتشار الشائعات ترى د.سلوى شعراوي جمعة -الأستاذة بكلية الاقتصاد والعلوم السياسية بجامعة القاهرة- أن السبب الأساسي هو انعدام الثقة بين المواطن والحكومة ، فدائما هناك شك لدى كثير من الناس في البيانات الرسمية الصادرة عن الحكومة.

وتظهر الشائعات غالباً كما تقول د.سلوى في وقت الأزمات ، وتُستخدم كسلاح لتفتيت الاستقرار وضربه ، وأحيانا كمقياس للرأي العام بواسطة أجهزة حكومية أو أجهزة رأي عام كنوع من بالونات الاختبار ، وتعتمد على فكرة أنه لا يوجد دخان بلا نيران ، لذلك في أحيان كثيرة قد تعتمد على بعض الحقيقة.

ويُرجع د.حمدي عبد العظيم - العميد الأسبق لأكاديمية السادات للعلوم الإدارية والاقتصادية - انتشار الشائعات إلى قلة المعلومات ، ولذلك فإن توفير المعلومات ، وإجراء بحوث ميدانية في الأسواق والمصانع والتجمعات لمعرفة المناطق المتكرر فيها انتشار الشائعة ، يمثل أهم وسائل المواجهة.

ويظهر ذلك بشكل واضح كما يؤكد د.عبد العظيم في أسلوب معالجة الشركات متعددة الجنسيات للشائعات التي تطلق على سلعتها ، حيث تقوم بتتبع الشائعة لمعرفة مصدرها والدولة التي خرجت منها ، ثم تقوم بعقد مؤتمر صحفي عالمي لتوضيح الحقائق كاملة ، ومنها تحليل شامل للشائعة وأبعادها ، ثم يبدءون في إجراء حملة انتقامية مضادة للشركة أو الدولة التي أطلقت الشائعة.

ويُحمِّل د. محمد النجار - أستاذ الاقتصاد بجامعة المنوفية " إحدى الجامعات المصرية "- الدولة مسئولية توفير المعلومات والبيانات حول ظروف السوق ، سواء بالعرض أو الطلب ، وأيضا حول الأسعار العالمية وتقلبات البورصات ، حتى يستطيع المستهلك معرفة تقلبات الأسعار والبورصات العالمية ، ويستطيع أن يحدد المنافع التي من الممكن أن يحصل عليها وما مدى تأثير ذلك على الأسعار المحلية.

أساليب المواجهة :

وترى د.سامية الساعاتي -أستاذة علم الاجتماع بجامعة عين شمس- أن الوسط البيئي والاجتماعي يلعب دوراً كبيراً في زيادة حدة انتشار الشائعة ، فكلما انخفض المستوى الثقافي والتعليمي زادت الشائعة انتشارا ، ولذلك لا بد من أن تلعب جمعيات حماية المستهلك دورا في هذا الصدد بتقديم المعلومات الصحيحة.

ويطالب د.على عجوة - أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة - بضرورة وجود أجهزة لرصد الرأي العام ، تتولى مهمة رصد الشائعات ونقلها للمسئولين للرد عليها سريعاً حيث يمثل الرد السريع أهم طرق المواجهة.

ويؤكد د.حسن عماد - أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة - على الدور الذي ينبغي أن تلعبه وسائل الإعلام باستضافة المتخصصين لنقل معلومات صحيحة وبأسلوب سهل ومبسط للمواطنين ، كما أن الجهات التنفيذية مطالبة بتوفير المصداقية وتوضيح الرؤية والنظرة المستقبلية لأي قرار يتخذ ، حتى لا تترك فرصة سانحة لمروجي الشائعات لتأويل القرارات وفق الأهواء الشخصية.

طرق مواجهة الشائعات والدفاع ضدها

الشائعة خيانة :

وعلى الجانب الآخر أكد علماء الإسلام والنفس والاجتماع أنه إذا كانت الكلمة أمانة فإن الشائعة على النقيض تماماً تُعد خيانة لأمانة الكلمة ومسئوليتها ، إذ أنها آفة اجتماعية خطيرة تفتك بالمجتمع وتنهش في أعراض وسمعة أفراده على اختلاف مستوياتهم الاجتماعية وخاصة المسلطة عليهم الأضواء .

وتقول د .أمينة كاظم أستاذة علم النفس بجامعة عين شمس : الشائعة آفة اجتماعية خطيرة لما لها من آثار سلبية على الفرد والمجتمع ، وعادة ما تكون دوافعها إفساد الروابط والعلاقات بين الناس وربما تكون لتأكيد وجهة نظر مروِّج الشائعة والذى يريد بها إثبات صحة رأيه ووجهة نظره بأية صورة .

والشائعات كغيرها من أنواع السلوك التى تحدث نتيجة المحيط الذى يوجد فيه الإنسان ومدى تفاعلها مع السمات الشخصية له فهناك صنف من الناس يميل إلى تفسير الأمور تفسيراً حسناً ، ومنهم عكس ذلك وفي بعض الأحيان يكون مرتبطا بما يعانيه من اضطرابات سلوكية يسعى لتفريغها في صورة شائعات ضد بعض الأشخاص ، والذين قد تكون تربطهم به علاقات أو معاملات غير سوية .

وقد أجريت العديد من التجارب والأبحاث والدراسات النفسية للوقوف على أبعاد هذه الآفة (الشائعة) وجوانبها المختلفة أثبتت أن الشائعة تحدث في نسبة كبيرة من الأخبار المطروحة للناس ، حيث يجرى التزيُّد في الخبر ،فقد جمع العلماء مجموعة من الناس وأسرُّوا إلى أحدهم بخبر بحيث لا يسمعه الآخرون ثم تركوهم لينتقل الخبر من هذا الشخص للآخرين كل على حدة ، ثم جاء العلماء ليتعرفوا على الخبر من الشخص الأخير فوجدوا أن الخبر تغير تماماً ، وهذا يكشف مدى سرعة انتشارها كآفة اجتماعية خطيرة ، ومن هنا لابد أن نعى الخطورة التى تمثلها هذه الآفة على المجتمع ككل حتى نصل إلى قواعد عامة أخلاقية ونفسية تحد من انتشار هذه الآفة بين فئات المجتمع المختلفة .

موقف القانون :

وعن موقف القانون من مُرَّوجـى الشـائعة .. يقـول شـعبان عبـد المجيـد المحـامى : الشائعة تشكل جريمة من جرائم السب والقذف المنصوص عليهـا في البـاب السـابع مـن قانون العقوبات في المواد من 302 حتى 310 والذى يتضمن عقاب من أسند لغيره أموراً لو كانت صادقة لأوجبت عقاب من أسندت إليه وأوجبت احتقاره عند أهل وطنه

ويقول د .علوى أمين أستاذ الحديث بجامعة الأزهر : لقد عُنِىَ الإسـلام عنايـة فائقـة بصـدق الكلمـة وأن لا تخـرج مـن لسـان المسـلم إلا وأن تكـون في محلها تجنبـاً لإثـارة الأقاويل الباطلة والشائعات الظالمة ، فوضع أى الإسلام أسسـاً وقواعـد مـن شـأنها غلـق الأبواب أمام مروِّجى الشائعات والأكاذيـب والتـى قـد يكـون لهـا ضرر بـالغ عـلى حيـاة الإنسان ،

وفي هذا يقول الصحابي الجليل عبدالـلـه بن مسعود رضي الـلـه عنه والـلــه الـذى لا إله إلا هو ، ما على الأرض شيء أحوج من طول سجن من لسان "

وقد جعل الإسلام البعد عن اللغو مـن أركـان الصـلاح والفـلاح للإنسـان ، وقـد ذكـر القرآن الكريم هذا بين فريضتين هما الصلاة والزكاة في قوله تعالى: (**قَدْ أَفْلَـحَ الْمُؤْمِنُـونَ {1/23} الَّـذِينَ هُـمْ فِي صَـلَاتِهِمْ خَاشِـعُونَ {2/23} وَالَّـذِينَ هُـمْ عَـنِ اللَّغْـوِ مُعْرِضُـونَ {3/23} وَالَّذِينَ هُمْ لِلزَّكَاةِ فَاعِلُونَ {4/23}**) (سورة المؤمنون 1 : 4)

كما أن الرسول (ﷺ) أوصى أصحابه بضرورة أن يكـون الكـلام بالصـدق والبعـد عـن الكذب حيث قال (ﷺ) : "" فإن الصـدق يهـدى إلى الـبر وإن الـبر ، يهـدى إلى الجنـة "" وعلى ذلك فلا شك أن ترويج الأكاذيب والشـائعات تعـد خيانـة كـبرى فالخيانـة بسرقـة الأموال كالخيانة بسرقة العقول بالأخبار الكاذبة .

وهنا يقول رسول اللـه (ﷺ) : كبرت خيانة أن تُحِّدث أخاك بحديث هو لك مصدق وأنت له كاذب ويقول أيضا : أيما رجل أشاع على رجل كلمة هو منها بـرىء ليشـينه بها في الدنيا كان حقاً على اللـه أن يذيبه يوم القيامة في النار ويقـول اللـه تعالى : (**إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكَذِبَ الَّذِينَ لاَ يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللـهِ وَأُوْلئِكَ هُمُ الْكَاذِبُونَ {105/16}**) (سورة النحل آية 105)

المجتمع :

ويقول د .عبدالعظيم المطعنى : الشائعات سُمٌّ يسرى في جسد المجتمع خاصة في العصر الحديث في النهضة الإعلامية التى يشهدها هذا العصر حيث انتشرت الصحف والقنوات التى لا رسالة لها إلا تشويه صورة بعض الشخصيات وفي بداية الدعوة الإسلامية كانت الشائعات في بعض الأحيان تخلف نتائج خطيرة.

فمثلا في غزوة أحد أشيع أن رسول اللـه (ﷺ) قد قتل فتفرق المسلمون ولم يثبت معه (ﷺ) إلا النفر القليل .. ولذا يلزم التثبت من صحة ما يقال حتى لا نصيب أحدا بأذى وهو برئ فقد قال تعالى (**يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ {6/49}**) سورة الحجرات آية 6.

الدواء الناجح :

لهذا المرض فلا بد من البحث في مصدر الشائعة ، وهل هى صادرة من مصدر موثوق به أم لا .. وفي سورة النمل عندما جاء الهدهد متأخرا إلى سيدنا سليمان بخبر الذين يسجدون للشمس من دون اللـه ، قال تعالى : (**وَالَّذِينَ يَرْمُونَ الْمُحْصَنَاتِ ثُمَّ لَمْ يَأْتُوا بِأَرْبَعَةِ شُهَدَاء فَاجْلِدُوهُمْ ثَمَانِينَ جَلْدَةً وَلَا تَقْبَلُوا لَهُمْ شَهَادَةً أَبَدًا وَأُوْلَئِكَ هُمُ الْفَاسِقُونَ {4/24}**) (سورة النور 2) .

وفي سورة النمل عندما جاء الهدهد متأخرا إلى سيدنا سليمان بخبر الـذين يسـجدون للشمس من دون اللـه تعالى قال تعالى : (**إِنِّي وَجَدتُّ امْـرَأَةً تَمْلِكُهُـمْ وَأُوتِيَـتْ مِـن كُـلِّ شَيْءٍ وَلَهَا عَرْشٌ عَظِيمٌ** {23/27} **وَجَـدتُّهَا وَقَوْمَهَـا يَسْـجُدُونَ لِلشَّـمْسِ مِـن دُونِ اللَّـهِ وَزَيَّنَ لَهُمُ الشَّيْطَانُ أَعْمَالَهُمْ فَصَدَّهُمْ عَنِ السَّـبِيلِ فَهُـمْ لَا يَهْتَـدُونَ** {24/27}) (سـورة النمل آية 23 ، 24) .

فقال سـيدنا سـليمان : قـال تعـالى : (**قَـالَ سَـنَنظُرُ أَصَـدَقْتَ أَمْ كُنـتَ مِـنَ الْكَـاذِبِينَ** {27/27}) (سورة النمل آية 27) .

إذن : سيدنا سليمان لم يأخذ الخبر يقينا بل أراد أن يتحقق من صحة هذا الخبر ، بـل أراد أن يتحقق من صحة هذا الخبر ، فقال : (**اذْهَب بِّكِتَابِي هَذَا فَأَلْقِـهْ إِلَـيْهِمْ ثُـمَّ تَـوَلَّ عَنْهُمْ فَانظُرْ مَاذَا يَرْجِعُونَ** {28/27}) (سورة النمل آية 28)

كما أن أحاديـث رسـول اللــه (ﷺ) في هـذا الأمـر كثـيرة في التحـذير مـن الكـذب والنميمة ، منها عندما مر رسول اللـه (ﷺ) في وفدمن أصحابه على قـبرين فقـال : إن صاحبى هذين القبرين يعذبان ، وما يعذبان في كبير ،أما أحدهما فكـان لا يسـتبرئ مـن بوله ، وأما الآخـر فكـان يمشى بـين النـاس بالنميمـة . والقاعـدة العلميـة هـى: العلـماء مأمونون على ما نقلوا وقالوا . أما الجهلاء فلابد من الرجوع إلى تـاريخ حيـاتهم فسـوف نجده حافلاً بالأكاذيب والاختلافات ، لذا لا يجب أن نأخذ أحاديثهم موضع الجد .

ولذلك وجب على المسلم أن يتثبت من أى خبر يسـمعه قبـل أن يحـدث بـه غـيره ، لأنه قد يكون شـائعة مغرضـة هـدفها الإضرار بـأمن الـوطن واسـتقراره أو زعزعـة ثقـة المواطنين أو بلبلة أفكارهم تجاه قضية معينة ، وقـد يكـون الهـدف هـو تشـويه صـورة

إنسان معين في نظر الناس لأغراض غير شريفة ، مما يترتب عليه لهذا الإنسان أو تشـويه لسـمعته بـلا مـبرر .. أو قـد يصـل الضرر إلى القمـة فيصـيب المجتمـع بأفـدح الخسـائر والأضرار جراء شائعة كاذبة تُطلق هنا أو هناك .

نعود مرة أخرى إلى عناصر معادلة انتشار الشائعات ، فنؤكد على اليقظة للشـائعات في أوقات الأزمات والحروب وفترات التحول السياسي أو الاجتماعي حيـث يكـون المنـاخ قابلاً لانطلاق الشائعات.

والعنصر الثاني والأهم هو توافر المعلومات الصحيحة والصادقة عن أي موضوع يهـم الناس وتبنى أعلى درجات الشفافية مع الناس حتى لا يقعوا فريسة الغموض والالتباس. والعنصر الثالث وهو التركيبة النفسية للنـاس وذلـك يسـتدعى الاهـتمام بتعلـيم النـاس وثقافتهم ، والأهم من ذلك تربية النشء على التفكير النقدي الـذي يمحـص الأمـور قبـل أن يصدقها أو يقبلها أو يرفضها. وأخيراً إشاعة فضيلة الصـدق في المجتمـع واعتبـاره مـن أهم المقومات الأخلاقية للناس بوجه عام ولقادة السياسة والفكر بشكل خـاص. **وهنـاك طرق لتفادى الشائعات والتصدى لها :**

1. يمكن التصدي للشائعة عن طريق تكذيبها ، أي عن طريق إعـلان تكـذيبها ولكـن بالرغم أن طريقة التكذيب هي الأكثر شيوعاً إلا أنها ليست الطريقة المـثلي ، وذلـك لأن تكذيبها يتضمن الإعلان عنها ، فالإعلان عن تكذيب الشائعة هو في حد ذاته تكرار لهـا . كذلك هناك أناس يصدقون الشائعة ولا يصدقون تكذيبها.

2. يمكـن أن يقـوم بتكـذيب الشـائعة شخصـية كبـيرة لهـا مكانتهـا الاجتماعيـة أو السياسية أو العسكرية ، وحينئذ يميل الناس إلى تصديق أكثر من وسائل الإعلام العادية.

3. ينبغي أن لا تواجه الشائعات بإصدار بيانات أو تصريحات تسـتند إلى وقـائع غـير سليمة أو معلومات غير دقيقة لمجرد المواجهـة العاجلـة للشـائعات لان العـلاج المؤقـت الذي يؤدى إليه سلاح ذو حدين .

إذ أن مجـرد عـدم تحقيـق الوعـود أو التصريحـات التـي اسـتخدمت كـأداة لإطفـاء الشائعات يصبح في ذات الوقت دليلاً على صدمة ما تتضمنه الشائعات ويشير هذا أيضاً إلى عدم مقدرة الأجهزة التي ترد عليها في معالجة الموقف.

4. افتعال الأزمات وحبك المؤامرات : عبارة عن استغلال حادث أو حوادث معنية قد تكون بسيطة ولكن يتم استغلالها لها بنجاح من أجل خلق أزمة تـؤثر في نفسـية العـدو وتستفيد منها الدولة المستخدمة لهذا الأسلوب .

مثال ذلك افتعال إسرائيل لأزمة الحدود مـع سـوريا ونشـاط الفـدائيين كمـبرر لشـن الحرب في عام 1967 ، كذلك ما حدث في عام 1960 حيث فشل مؤتمر القمة الـذي كـان مقررا في باريس بين روسيا وأمريكا إذ أرسلت أمريكا قبل موعد عقد المؤتمر بأيام طـائرة تجســس فـوق أرض الاتحـاد السـوفيتي مـما أدى إلى انسـحاب رئـيس وزراء الاتحـاد السوفيتي من المؤتمر حين رفضت الولايات المتحدة الاعتذار.

5. شائعة الرعب والفوضى : وهذه وسيلة مهمة تُستغل فيها عاطفة الخوف لإرهـاب الشـعوب وإخضـاعها مـن خـلال اسـتخدام الوسـائل المختلفـة لخلـق حالـة مـن الـذعر والفوضى يسهل علي طريقها السيطرة والتغلب عليها .

ومن أشد العوامل إثارة للخوف انتظـار هجـوم العـدو وتخمـين نوعـه والجهـة التـي سيأتي منها. فحينئذ يكون المنطق النفسي للجنود هو : " وقوع البلاء خير من انتظاره" .

وحينئذ يسود الشك والقلق نفوسهم وتكثر التخيلات والتخمينـات وتجـد الشـائعات لنفسها مرتعاً خصباً بينهم . وكثيرا ما يدفع القلق المستبد بـالجنود إلى الهجـوم المتعجـل ليخلصوا من الانتظار المخيف ، وقد خسر الأمريكيون كثيرا مـن الجنـود بهـذه الطريقـة أثنـاء قتـال الغابـات مـع اليابـانيين في الشرق الأقصى . فقـد كـانوا ينـدفعون في التقـدم فيقعون في الكمائن .

وحدث نفس الأمـر في شـمال أفريقيـا إذ دفعـت العجلـة بـبعض القـوات الأمريكيـة الحديثة العهد بالخدمة إلى التقدم دون انتظار لما يقوم به المهندسون عادة في كل تقدم من استكشاف للطريق بغية اسـتخراج الألغـام. وكانـت النتيجـة أن انفجـرت الألغـام في هذه القوات وأودت بحياة كثير من أفرادها.

6. قتل الشائعة بشائعة أكبر منها : حجماً وأشد أثراً وذات أولوية أكبر لدى الجمهـور المستهدف ، وبعد فترة وجيزة يتم تكذيب الأخيرة لإحداث بلبلة أكبر وأكبر تسيطر عـلى كافة أحاديث الجمهور المستهدف ليل نهار أو في معظم وقته .

7. تكذيب الشائعات معلوماتياً بالحقائق والبيانات والمنطـق والعلـم (وهـى أفضـل الطرق) ، وكشف مصدرها والهدف من بثها وهذا يتطلـب أن تخاطـب رأيـاً عامـاً واعيـاً مثقفاً متعلماً ، أما الرأى العام الجاهل فالأفضل مخاطبته عاطفياً.

8. إطلاق شائعات مضادة " أى ايجابية " (عن طريـق الاتصـال بـأفراد محـددين ذو كفاءات محددة سريا (دون معرفة الجمهور لهم ودون كشفهم للجمهور) لهم القـدرة على الإسراع بنشر الشائعات المضادة ، ولكن لابد للشـائعة (سـواء السـلبية أو الإيجابيـة مـن " نـواة أساسـية " مـن تصرفـات المصـدر حتـى ينطلقـوا مـن خلالهـا في الاتجاهـات المحددة بدقه مسبقاً .

وهذا يحتاج إلى :

- قوة واقتدار المصدر وتمكنه مع فريق العمل من اليسطره الكاملة على مجريات الأمور حتى يتمكن من أن :

- 1- يقلل من فاعليتها .

-2- يقلل من معدل تكرارها .

-3- يقلل من رد فعل الناس تجاهها .

مما سبق نستطيع ان نستنتج ونحلل ما يمر بنا من معلومات فليس كل شريف هدفه أن نعلم الحقيقة بل هدفه أن نعلم ما يريدون لنا أن نعلمه بالطريقة والاتجاه والكيف الذى يخططون له حتى تتحقق أهدافهم في السيطرة على الرأى العام الذي نحن جزء منه فيتم تشكيل المحتوى المعلوماتى الذي في أذهاننا على النحو الذي يريدونه لنا فيتم أعاده صياغة وعيانا وعقولنا بالشكل الذي يمكنهم من استهلاكاً تاماً وبالطريقة التي يرغبون فيها و وكما يخططون لها وبالطريقة التي تمكنهم من البقاء على كراسيهم آمنين أطول فترة ممكنة وتبقينا نحن شاكرين مهللين على أنهم تواضعوا وقبلوا وتنازلوا ورضوا أن يحكمون أمثالنا ، فنحن في نعيم نحسد عليه .

رأى الاسلام وعلاج الشائعات والفتن

لقد فُتِنَ كثير من المسلمين بنشر هـذه الشـائعات وترديـدها دون نظـر في النتـائج و دون نظر في الشرور الناتجة عنها :

لقد عالج الإسلام قضية الشائعة عن طريق ثلاث نقاط :

أ- النقطة الأولى : التثبت.

ب- النقطة الثانية : الناقل للشائعة من الفاسقين.

ج- النقطة الثالثة : التفكر في عواقب للشائعة.

وقبل البدء في تفصيل هذه النقاط لابد من التنبيه على لأمر مهم جدا ، ألا وهـو : أن اللـه سبحانه وتعالى جعل العلاج لقضية الشائعة من خـلال النـاقلين لهـا مـن المـؤمنين أنفسهم دون التركيز على مصدر الشائعة وذلك لان مصدر الشائعة قد يكـون مـن أهـل النفاق أو مـن الكفـار أو مـن الأعـداء ، وهـؤلاء لا حيلـة معهـم ، فـإن مـن دأبهـم نشر الشائعة لإضعاف المسلمين.

نعم قد ورد تحذير للمسلمين أن يكذبوا الكذبة ثم يبثوها (كما في حديث جابر بـن سمرة عند البخاري) .

لكن هذه الشائعات ما كان لها أن تنتشر لو قابلهـا المؤمنـون بـالمنهج الربـاني لتلقـي الأخبار وتلقي الشائعات.

وإليك تفصيل تلك النقاط :

أ - النقطة الأولى : التثبت :

يقول اللـه تعالى : (**يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ {6/49}**) (سورة الحجرات آية 6) .

فأمر اللـه بالتبين والتثبت ، لأنه لا يحل للمسلم أن يبث خبراً دون أن يكون متأكـداً من صحته.

والتثبت له طرق كثيرة ؛ فمنها :

أ- إرجاع الأمر لأهل الاختصاص :

يقول اللـه تعالى : (**وَإِذَا جَاءهُمْ أَمْرٌ مِّنَ الأَمْنِ أَوِ الْخَوْفِ أَذَاعُواْ بِهِ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُوْلِي الأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنبِطُونَهُ مِنْهُمْ وَلَوْلاَ فَضْلُ اللـهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ لاَتَّبَعْتُمُ الشَّيْطَانَ إِلاَّ قَلِيلاً {83/4}**) (سورة النساء آية 83).

قال الشيخ السعدي : (هذا تأديب من اللـه لعباده عـن فعلهـم غـير اللائـق وأنـه ينبغي لهم إذا جاءهم أمر من الأمور المهمة والمصالح العامة ؛ ما يتعلق بسرور المـؤمنين أو الخوف الذي فيه مصيبة علـيهم أن يتثبتـوا ولا يسـتعجلوا بشـائعة ذلـك الخـبر ، بـل يردونه إلى الرسول وإلى أولي الأمر مـنهم ؛ أهـل الـرأي والعلـم والعقـل الـذين يعرفـون المصالح وضدها.

فإن رأوا في إذاعته مصلحة ونشاطا للمؤمنين وسرورا لهم وتحرزا من أعدائهم : فعلوا ذلك .

فان رأوا لـيس مـن المصـلحة أو فيـه مصـلحة ولكـن مضرتـه تزيـد عـلى مصـلحته لم يذيعوه) ا. هـ فكم من شائعة كان بالمكان تلافي شرها بسؤال أهل الاختصاص .

هذه الشائعة الأخيرة التي انتشرت عن إدخال شمام به فيروس الإيـدز؛ تـرى الواحـد منا يرسل عشرات بل مئات الرسائل لهـذه الشـائعات ولا يكلـف نفسـه أن يتصـل عـلى طبيب فيسأله : هل يمكن أن ينتقل هذا الفيروس به الطريقة ؟ لو أرجعنا هذه الشائعة لولاة الأمر عبر الجهات المختصة لوجدنا عندها العلم بحال تلك الشائعة.

ب- التفكر في محتوى الشائعة :

إن كثير من المسلمين لا يفكر في مضمون الشائعة الذي قد يحمل في طياته كذب تلك الشائعة ، بل تراه يستسلم لها وينقاد لها وكأنها من المسلمات. ولو أعطينا أنفسنا ولو للحظات في التفكر في تلك الشائعات لما انتشرت شائعة أبداً.

لقد بين الله حال المؤمنين الذين تكلموا في حادثة الإفك ، فقال سبحانه : (**إِذْ تَلَقَّوْنَهُ بِأَلْسِنَتِكُمْ وَتَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُم مَّا لَيْسَ لَكُم بِهِ عِلْمٌ وَتَحْسَبُونَهُ هَيِّنًا وَهُوَ عِندَ اللهِ عَظِيمٌ {15/24}**) (سورة النور آية 15).

(إذ تلقونه بألسنتكم) إنه من البديهي أن الإنسان يتلقى الأخبار بسمعه لا بلسانه ، ولكن أولئك النفر من الصحابة لم يستعملوا التفكير ، لم يُمِروا ذلك الخبر على عقولهم ليتدبروا فيه ، بل قال الله عنهم أنهم يتلقون حادثة الإفك بألسنتهم ثم يتكلمون بها بأفواههم من شدة سرعتهم في نقل الخبر وعدم التفكر فيه.

ولو تفكر هؤلاء قليلاً لوجدوا أنه من أمحل المحال أن يكون في فراش أطهر الخلق شيء يعيبه ، كيف يمكن أن تتهم زوجة أفضل البشرية الذي اصطفاه الله بتهمة الفاحشة ؟ إن هذا لا يعقل أبداً.

ب- النقطة الثانية : الناقل للشائعة من الفاسقين.

في الآية السابقة يقول الله تعالى : (**يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ {6/49}**)(سورة الحجرات آية 6) . فجعل الله من نقل الخبر دون تثبت من الفاسقين.

فمجرد نقل الأخبار دون التأكد من صحتها موجب للفسق ؛ وذلك لأن هـذه الأخبـار ليس كلها صحيحاً ، بل فيها الصحيح والكاذب ، فكان من نقل كل خبر وأشـاعه ؛ داخـل في نقل الكذب ، لذا جعله اللـه مـن الفاسـقين. وقـد صرح النبـي بـذلك ف، في صـحيح مسلم : " كفي بالمرء كذباً أن يحدث بكل ما سمع " .

فالمؤمن لا بد له من الحذر في أن يكون عند اللـه من الفاسقين (الكاذبين). وكفـي - واللـه - بذلك كبيرة عظيمة من كبائر الذنوب. فالعاقل يعلم أنـه لـيس كـل مـا يسـمع يقال . ولا كل ما يعلم يصلح للشائعة والنشر.

بل قد يكون الخبر صـحيحاً ولكـن لا مصـلحة في نشره أبـدا ، كـما مـر معنـا في كـلام الشيخ السعدي.

ث- النقطة الثالثة : التفكر في عواقب الشائعة.

وعودة مرة ثالثة للآية السابقة في سورة الحجرات يقول اللـه تعالى : **(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ {6/49})** (سورة الحجرات آية 6).

هلا تفكرت في نتائج الشائعة. هلا تدبرت في عواقبها. إن كل خسارة، كـل هـم وغـم أصاب أخاك المسلم ، كل أمـوال أهـدرت بسـبب شـائعتك التـي نشرتهـا أو سـاعدت في نشرها فلك نصيب من الإثم فيها.

هذه الشائعة الأخيرة (شـائعة فـيروس الايـدز في الشـمام) كـم مـن الأمـوال خسر أصحاب الشركة. كم من الهم أصابهم. كل قرش أهدر ، وكل فاكهة أتلفـت وكل خسارة حدثت فلك نصيب منها. (فتصبحوا على ما فعلتم نادمين) ويظهـر الندم في الدنيا لمـن تفكـر في عاقبـة نشر الشـائعة ، ويظهـر في الآخـرة للغـافلين عندما يجدون الجبال من السيئات كتبت عليهم **(إِذْ تَلَقَّوْنَهُ بِأَلْسِنَتِكُمْ وَتَقُولُونَ**

بِأَفْوَاهِكُم مَّا لَيْسَ لَكُم بِهِ عِلْمٌ وَتَحْسَبُونَهُ هَيِّنًا وَهُوَ عِندَ اللـهِ عَظِيمٌ {15/24}) . (سورة النور 15).

طرق التصدي للحرب النفسية

تدعيم الإيمان الحق ، فالحرب النفسية لا تؤثر في المؤمن الحق ، لأن العقيدة الراسخة المؤسسة على الإيمان الذي لا يتزعزع هي الركيزة العظمى لتحصين المجاهد ضد الحرب النفسية ، فالمؤمن إيماناً كاملاً لا يخاف التهديد والوعيد ولا يرهب ، وليس جباناً رعديداً كأولئك الذين يقول اللـه فيهم :

(أَشِحَّةً عَلَيْكُمْ فَإِذَا جَاء الْخَوْفُ رَأَيْتَهُمْ يَنظُرُونَ إِلَيْكَ تَدُورُ أَعْيُنُهُمْ كَالَّذِي يُغْشَى عَلَيْهِ مِنَ الْمَوْتِ فَإِذَا ذَهَبَ الْخَوْفُ سَلَقُوكُم بِأَلْسِنَةٍ حِدَادٍ أَشِحَّةً عَلَى الْخَيْرِ أُوْلَئِكَ لَمْ يُؤْمِنُوا فَأَحْبَطَ اللـهُ أَعْمَالَهُمْ وَكَانَ ذَلِكَ عَلَى اللـهِ يَسِيراً {19/33}) (سورة الأحزاب 19).

حارب الإسلام عوامل الضعف والهوان ونزعات الخوف وعدم الإيمان ، وغرس في نفوس المسلمين خلق الشجاعة والتضحية والشهامة والاستهانة بزخارف الدنيا في سبيل نصرة الحق ومحبة اللـه ورسوله .

قال سبحانه وتعالى: **(قُلْ إِن كَانَ آبَاؤُكُمْ وَأَبْنَآؤُكُمْ وَإِخْوَانُكُمْ وَأَزْوَاجُكُمْ وَعَشِيرَتُكُمْ وَأَمْوَالٌ اقْتَرَفْتُمُوهَا وَتِجَارَةٌ تَخْشَوْنَ كَسَادَهَا وَمَسَاكِنُ تَرْضَوْنَهَا أَحَبَّ إِلَيْكُم مِّنَ اللـهِ وَرَسُولِهِ وَجِهَادٍ فِي سَبِيلِهِ فَتَرَبَّصُواْ حَتَّى يَأْتِيَ اللـهُ بِأَمْرِهِ وَاللـهُ لاَ يَهْدِي الْقَوْمَ الْفَاسِقِينَ {24/9})** " (سورة التوبة آية 24).

ويتفق علماء النفس وخبراء الحرب النفسية على أن الحرب النفسية "تؤثر بفعالية أكثر على الجنود الخالين من الإيمان الحق ومن العقائد الثابتة وذوي الوعي السياسي الضيق وغير المثقفين ".

وفي التاريخ الإسلامي أمثلة كثيرة على قوة العقيدة في مواجهة الحرب النفسية للعدو ، منها أن قائد الروم في معركة اليرموك التي بعث إلى خالد بن الوليد برسالة تنطوي على التخويف والضغط النفسي وعلى أساليب التخذيل والدعوة إلى الاستسلام.

والحرب النفسية كما ذكرت في البداية تستهدف النيل من نفوس ومعنويات الجنود والمقاتلين في ميدان القتال ، كما تستهدف أبناء الشعب بمختلف فئاته من عمال وفلاحين ومثقفين وهي بذلك أكثر اتساعاً وشمولاً من ساحة القتال لذلك فإن تأثيرها أكثر خطورة وأشد ضرراً ، كما أنها لا تعتمد على المواجهة الصريحة كما يحدث في المعارك العسكرية ولكنها تلجأ إلى أساليب خفية وملتوية ومقنعة غير معروفة بالنسبة لغالبية الشعب.

وقد تؤدي حملات الحرب النفسية إلى بلبلة أفكار أفراد الشعب أو إلى شعورهم بالثقة بالنفس وإلى ضعف الروح المعنوية وانخفاضها والشعور باليأس وعدم إحراز الانتصار وإلى انتشار نزعات استسلامية وتيارات انهزامية. وفي كثير من الأحيان ما تؤدي الحرب النفسية إلى انعدام ثقة الشعب في الهيئة الحاكمة وعدم الثقة ، في قدرة القيادة السياسية والعسكرية وإلى عدم التفاف الشعب حول قادته ، ولذلك كثيرا ما كانت تلجأ أساليب الحرب النفسية في الحرب العالمية الثانية إلى قول الحلفاء مثلا أنهم لا يعادون الشعب الألماني وإنما يعادون هتلر وحده وليس ذلك إلا وسيلة من وسائل تصديع قوة الشعب الألماني في ذلك الوقت وإثارته نحو الانفضاض من حول قائده هتلر.

هذه أمثلة لأهداف الحرب النفسية أما وسائلها فمتباينة ولكي نتمكن من مقاومتها ودرء خطرها فلا بد من دراسة هذه الوسائل والأساليب التي يلجأ إليها العدو في حملات الحرب النفسية التي يشنها.

وتعتمد الحرب النفسية في المحل الأول على معرفة طبائع الشعب الذي ستوجه إليه حملاتها ولذلك تسعى إلى دراسة عقائد وميول واتجاهات وأساليب تفكير هذا الشعب وذلك حتى يتسنى لها التأثير فيه والضرب على مواطن الضعف عنده .

كما تلجأ أساليب الحرب النفسية إلى جمع المعلومات والأخبار التي تحدث فعلا ثم تستغلها أو تغيرها كلية ثم تنشرها وتؤولها تأويلا مغرضا يخدم أغراضها. كأن تثير الشعور بالهزيمة في نفوس الشعب أو تخفض من معنوياته أو تثبط من همته أو تجعله يتكالب ويتهافت على جمع المؤن والمواد الغذائية وتخزينها ، وذلك نتيجة لما تفشيه من أقوال عن احتمال حدوث مجاعات أو نضوب موارد الغذاء.

وليس من الضروري أن يكون للحرب النفسية أي سند من الحقيقة فقد تختلق أبواق العدو القصص والأساطير وتعمل على إذاعتها بين صفوف الشعب معتمدة في ذلك على عدم تحصين عقول أفراده ضدها ، فقد يذيع العدو عن نفسه أن له قوة لا تقهر أو أن لديه أسلحة فتاكة سرية.

كما يعمل على إذاعة بيانات عسكرية عن وقوع معارك وإحرازه انتصارات باهرة فيها ، ومن ذلك أيضاً ما كان يعمد إليه العدو الإسرائيلي دائماً من التبسيط من وطأة الخسائر المادية والبشرية التي تلحق به وإصراره على التقليل من شأن الهجمات الفدائية الجريئة. وفي كل ذلك تعتمد الحرب النفسية على الأصحاء وإقناع الناس بما تذيعه من شائعات تحاول أن تقنع الناس بصحتها وأن تؤثر في نفوسهم وان توجه تفكيرهم ، ولذلك ينبغي أن تقابل هذه الشائعات بمزيد من الحيطة والحذر لأنها في الأغلب لا تكون بصورة مباشرة بل تكون دائماً في صورة خفية مستترة.

وتقع مسئولية مقاومة الحرب النفسية على كل فرد من أفراد المجتمع ولكن للشباب دور طليعي في مواجهتها لأن الشباب هو دعامة المجتمع وعُدته ، وهو صاحب المصلحة الحقيقية في حاضر المجتمع ومستقبله ، ويمكن تلخيص أساليب مقاومة الحرب النفسية فيما يلي :

1. عدم إذاعة الأخبار والمعلومات عن الظروف العسكرية والاقتصادية والاجتماعية للوطن ، وذلك لأن العدو يحاول جمعها والاستفادة منها كما يجب الاحتفاظ بوجه خاص بأسرار الوطن حتى لا يلتقطها الأعداء.

2. القيام بعمل إيجابي فعال في ميدان التوعية القومية وتفنيد الشائعات المسموعة بالاستناد إلى الحجج والبراهين المنطقية والحقائق الملموسة الواقعية التي تحض الشعب ضد سموم الشائعات المغرضة التي يروجها الأعداء وذلك بعقد الندوات وإلقاء المحاضرات في التوعية والإرشاد القومي.

3. العمل على تنمية الشعور بالثقة بالنفس ، وكذلك الإيمان بالله وبالوطن فإن الثقة بالنفس أساس كل نجاح كما أنها الدعامة القوية التي يقوم عليها صمود الشعب واستمرار نضاله وغرس القيم الدينية والخلقية حتى لا تدع الفرصة لتسرب المبادىء الانهزامية.

4. الدعوة لمواصلة الكفاح والصمود وعدم اليأس وحث الناس على المساهمة الإيجابية في المعركة كل في موقعه ، فالعامل والموظف والفلاح كل يستطيع أن يضرب بمعوله في الإنتاج الذي يرتد أثره ولا شك على الجندي الرابض على خط النار ، فإن الجهاد في الإنتاج لا يقل أهمية ولا شرفاً عن الجهاد في ساحة القتال.

5. الاهتمام بالتدريب العسكري وكذا على أساليب الدفاع المدني ، لأن التدريب من شأنه أن يبعث على الثقة بالنفس والاعتزاز بها كما يُقوي الإحساس بالقدرة على مواجهة الخطر وعلى تزكية روح المبادرة في مهاجمة والحاق الهزيمة به.

6. التوعية المستمرة لأفراد الجيش بنوايا العدو وأهمية الدفاع عن الوطن ويلاحظ أن أي نقص في الإعلام لجنودنا ما هو إلا مدخل للدعاية التخريبية للعدو.

7. تنمية العلاقات الودية والصريحة بين القادة والمقاتلين حتى تسهل مكافحة الدعاية التخريبية للعدو ، واستغلال جماعات الإعلام في الوحدات لمعاونة القائد في تنفيذ مهام توعية الأفراد وهم أفراد منتقين من بين المقاتلين على درجة عالية من الكفاءة والذكاء والشجاعة ويحظون بإعجاب زملائهم.

8. بث الروح الهجومية لدى المقاتلين أثناء التدريب وكذا الانضباط العسكري وروح الفريق وهي عوامل فعالة لمكافحة الدعاية التخريبية للعدو.

دور الإعلام في التصدى للشائعات

إن دراسة وتحليل الشائعات تعتبر مجالاً مشتركاً لتخصصات عديدة من علم النفس والاجتماع والقانون والانثربولوجيا والسياسة والاقتصاد والإعلام والدعاية والحرب النفسية ، من هنا تعددت محاولات تعريف الشائعات وتنوعت مناهج دراستها وزوايا النظر إلى نشأتها وآليات عملها وتطورها وسبل مواجهتها.

لذلك تبدو أهمية المدخل التكاملي Interdiciplamery approach في دراسة الشائعات باعتبارها ظاهرة اجتماعية لها جوانب كثيرة ومتداخلة ، إذ إن المدخل التكاملي يساعد على بحث الظاهرة الاجتماعية من كافة جوانبها من خلال ترابط وتفاعل وتداخل نظريات ومناهج متعددة تقدمها علوم وتخصصات مختلفة مما يساعد على فهم وتحليل جوانب موضوع الدراسة وتفسيره .

ويستند التصور المتكامل للظواهر الاجتماعية إلى مجموعة من العناصر منها ما يشير إلى طبيعة الواقع الاجتماعي ، ومنها ما يصور المكونات البنائية للظواهر الاجتماعية ، وعناصرها ومستوياتها ، ومنها ما يعبر عن ضرورة ترابط الظواهر الاجتماعية .

وانطلاقاً من المدخل التكاملي يمكن القول بأن الاتصال بعامة يمثل أحد أهم جوانب دراسة الشائعات ، فهو يؤثر بقوة في ظهور وانتشار الشائعات وتداولها وكذلك في إمكانية الوقاية منها أو حصارها والقضاء عليها.

من هنا فإن المدخل التكاملي يساعد في دراسة الأبعاد المختلفة للشائعات ، لكن كثيرا من بحوث ودراسات الشائعات افتقدت إلى هذا المدخل ، من ناحية ثانية فإن بحوث الشائعات ارتبطت ببحوث الحرب النفسية والعمليات النفسية والدعاية وقد نشطت هذه البحوث في أثناء الحرب العالمية الثانية 1939 - 1945 ، وفي إطار المجهود الحربي ، وخلصت إلى نتائج وفرضيات ونظريات مهمة ، لكنها في الوقت ذاته دخلت في أزمة فلم تظهر دراسات أو أبحاث مهمة منذ الستينيات ، ربما لأن مثل هذه الأبحاث تحتاج إلى ميزانيات ضخمة ، كما أن بعض الأبحاث تجري في إطار المجهود الحربي ولا تعلن نتائجها ، من هنا لم يظهر سوي عدد محدود من البحوث والكتب والمقالات العلمية التي اهتمت بالدعاية والإقناع. وهذا العدد تراجع وصار محدودا للغاية. مع ملاحظة أن عدداً قليلاً جداً من هذه البحوث والكتب كتبها باحثون متخصصون في الإعلام والاتصال.

ومن ناحية الكيف لم تقدم أغلب بحوث ودراسات الدعاية والاتصال جديدا ومن ثم تراجعت الجهود النظرية لصالح الممارسات العملية في مجالات الدعاية والاقناع ، وحتي الآن لا توجد دلائل جادة على أن بحوث الدعاية قد استعادت مكانتها أو أنها في طريقها للتقدم والازدهار ، ومع ذلك فإن ثمة جهوداً محدودة وجادة تبذل من أجل الخروج ببحوث الدعاية والإقناع من أزمتها الراهنة.

ورغم هذه الأزمة النظرية إلا أنه قد حدث توسع في استخدام أساليب الدعاية والشائعات خاصة في المجالات التجارية وأسواق المال وعمليات التسويق والإدارة ، كما ظهرت بعض المساهمات لباحثين وخبراء في مجال العلاقات العامة والإعلان ، غير أن هذه المساهمات تركزت فقط علي المنظمات والهيئات وأنشطتها المختلفة والتي تعتمد أساسا على الاتصالات مع الجماهير الداخلية والخارجية لهذه المنظمات دون الاهتمام الكافي بالرأي العام.

وقالت الدراسة إنه في ضوء ما سبق ، واستنادا إلى ضرورة وجود سياسة إعلامية واضحة ضمن النظام الاعلامي ، تحدد هذه السياسة أهداف وآليات عمل الإعلام للتصدي للشائعات ويمكن استعراض مجموعة من الاستراتيجيات الإعلامية للتصدي للشائعات.

لكن قبل استعراض هذه الاستراتيجيات نشير بداية إلى أن السياسة الإعلامية للتصدي للشائعات ، يجب أن تنطلق من الاعتماد علي المدخل التكاملي في التعامل مع الشائعات وذلك من خلال تشكيل فريق عمل يضم ممثلين لهيئات وتخصصات مختلفة ، بحيث يحدد هذا الفريق الخطوط العامة لاساليب وآليات التصدي للشائعات ، ومن بينها الاستراتيجية الإعلامية والتي يجب أن تقوم على مبادىء وأسس ذكر الحقائق والإفصاح والشفافية وسرد الحقائق وتفسير الأحداث.

وأن المدخل الثاني هو المطلوب في التصدي للشائعات هو مدخل إدارة الأزمة فالازمات يمكن وغالباً ما تحدث بسبب شائعات ، وفي الحقيقة فإن الأزمة هي في الواقع شائعة سلبية كذلك فإن الأزمات والكوارث تخلق مناخا مواتيا لظهور وانتشار الشائعات ، ومع ذلك هناك إمكانية لمواجهة الشائعات أثناء الأزمات ، من خلال بناء مركز للشائعات يعمل به بعض الأفراد والمتطوعين ، وتوضع لهم قوائم بعمل تحذيرات من الشائعات ، وتقديم نصائح للمسئولين والمواطنين في كيفية تفنيد الشائعات والرد عليها ، ومن المهم أن يزود المسئولون بمعلومات كافية ودقيقة عن الموقف حتى يمكنهم توجيه الاحداث وتقديم نصائح للمواطنين.

وانطلاقاً من السياسة الإعلامية استعرضت الدراسة أبرز الاستراتيجيات الإعلامية المستخدمة في التصدي للشائعات وهي :

استراتيجية التركيز :

ويُقصد بها استخدام وسائل إعلامية متعددة لتوصيل رسائل إلى جماهير منتشرة في مناطق جغرافية بعيدة. ولا تستخدم هذه الاستراتيجية إلا في حالة توافر إمكانيات وموارد كبيرة تسمح باستخدام أكثر من وسيلة إعلامية ، وقد اقترح بعض الباحثين استخدام هذه الاستراتيجية في مواجهة الأزمات أو الكوارث.

الاستراتيجية الديناميكية - النفسية :

The psycholodynamic strategy

وتعتمد على فرضيات ومساهمات علم النفس فيما يتعلق بالمنبه والاستجابة عند الفرد ، فالمنبه أو الرسائل الإعلامية تصل إلى الفرد ، الذي ينظر إليه علم النفس علي أساس أنه كائن مركب من عناصر بيولوجية وعاطفية وإدراكية تتفاعل معاً ومع المنبه لتصدر استجابة أو سلوك.

وتقترح الاستراتيجية الديناميكية - النفسية التركيز علي عوامل إدراكية أو عاطفية للتأثير في الفرد والجماعة وتحقيق استمالات عاطفية أو إثارة انفعالات ومخاوف. وقد سادت هذه الاستراتيجية حقل الدراسات الإعلامية واستخدمت على نطاق واسع في الخمسينيات بعد أن استخدمها وطوَّرها هوفلاند Hovland وزملائه في جامعة ييل yale الأمريكية .

وفي السبعينيات تعرضت هذه الاستراتيجية للنقد والتجديد حيث أدخلت عليها تحسينات ركزت على أهمية الاعتقادات والاتجاهات والنوايا السلوكية والسلوك فيما يتعلق بالإقناع.

الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية the sociocultural stratge

تقترح هذه الاستراتيجية تقديم رسائل إعلامية مقنعة تحدد أو تعيد تحديد المتطلبات الثقافية وقواعد السلوك لدي الافراد والجماعات داخل المجتمع ، بحيث يؤدي ذلك إلى تعديل في السلوك الاجتماعي ، وقد استخدمت هذه الاستراتيجية بنجاح لسنوات طويلة في مجال الاعلان والتسويق والفكرة الأساسية التي تقوم عليها هذه الاستراتيجية هي أن السلوك الفردي تسيطر عليه توقعات وضوابط اجتماعية داخل النظم الاجتماعية ، وبالتالي فإن إقناع الفرد يأتي عبر أحداث تعديل في الضوابط الاجتماعية والثقافية داخل المجتمع وإعادة صياغتها.

استراتيجية بناء المعاني

The meeting construction strategy

تفترض هذه الاستراتيجية أن التأثير الاعلامي أو الإقناع يحدث عندما تنجح وسائل الإعلام في تعديل المعاني والصور والرموز المحيطة بالانسان ، وإكسابها معاني جديدة ، وتنطلق هذه الاستراتيجية من التسليم بأن وسائل الإعلام تخلق صورا زائفة عن العالم في أذهان الناس ، لكنهم يتعاملون بناء علي هذه الصور والرموز ، وبالتالي من المهم لتحقيق الإقناع تعديل أو تغيير هذه الصور والرموز.

هكذا تتعدد وتتنوع الاستراتيجيات المستخدمة في الأنشطة الإعلامية بوجه عام مع ملاحظة أنه يمكن الاستفادة من هذه الاستراتيجيات في صياغة استراتيجيات لمواجهة الأزمات وذلك بحسب طبيعة ونوع كل أزمة ، والجماهير التي يستهدف القائمون بالاتصال الوصول إليها أثناء إدارة الأزمة في هذا السياق أكدت ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر السنوي لمركز بحوث الكوارث بجامعة ديلاوير Delaware عام 1995 علي أن وسائل الإعلام هي عنصر الربط الأساسي بين المسئولين والجمهور أثناء الأزمات ، فهي تنقل التحذيرات ، لكنها قد تركز علي أحد أبعاد الأزمة وتهمل بقية الابعاد ، كما تجري بعض وسائل الإعلام وراء الإثارة في تغطية الأزمات والكوارث ، وخلصت الورقة إلى ضرورة ان يكون لدي الحكومة

الفيدرالية والحكومات المحلية خطة واضحة لتزويد وسائل الإعلام بالمعلومات عن الأزمات والكوارث. ورصدت الورقة ثلاثة عوامل تؤثر في استجابة الجمهور تجاه التحذيرات من الأزمة هي :

- نموذج المنبه (التحذير والاستجابة).
- عوامل تدخل في تفسير الجمهور لرسائل التحذير.
- صورة الجمهور لدى المخططين أو بعبارة أخرى : كيف يتصور المخططون طبيعة الجماهير التي سيخاطبونها ؟

ولا شك أن العناصر الثلاثة السابقة تفيد في صياغة استراتيجية إعلامية لإدارة الأزمة ، لكن مع ملاحظة أن نموذج المنبه والاستجابة قد أشرنا إليه في استراتيجية الديناميكية - النفسية ، وأن هذا النموذج يقوم على فكرة بسيطة لكنها قد لا تتحقق دائماً في أثناء الأزمات والكوارث . فالناس قد يستمعون إلى تحذير عبر وسائل الإعلام لكنهم لا يتحركون ، ولا يبادرون بالسلوك المتوقع أو الفعل المنتظر منهم ، أما لوجود مخاوف وتهديدات أكبر من وجهة نظرهم من التهديد المرتبط بالتحذير ، أو لعدم ثقتهم في وسائل الإعلام والمصدر الذي أطلق هذه التحذيرات عبر وسائل الاعلام.

استراتيجية الموقف المشكل The Problematic situation: نقترح استخدام هذه الاستراتيجية في إدارة الأزمات والكوارث إعلاميا ، وتتميز هذه الاستراتيجية بأنها لا تهدف إلى تحقيق الإقناع بشكل مباشر ، بل إلى مساعدة الجمهور على متابعة الأحداث وتحليلها كمقدمة لتشكيل الرأي والرأي العام من جانب آخر فإن هذه الاستراتيجية تستخدم في تقييم مدي كفاءة وفاعلية النظام الإعلامي ووحداته المختلفة (وسائل الإعلام) في القيام بأدوارها ووظائفها خاصة توفير المعلومات وحرية تداول الآراء. بكلمات أخري فإن الاستراتيجية المقترحة تستخدم بطريقة مزدوجة فهي تهدف إلى تعريف الجمهور بالأخبار والآراء في أثناء المواقف الإشكالية كالأزمات والكوارث ، وفي الوقت نفسه تقييم أداء النظام الاعلامي.

استراتيجية الاتصال الوقـائي : كشـفت أغلـب الدراسـات أن الاسـتراتيجيات الإعلاميـة المستخدمة لمواجهـة الشـائعات تعمـل بعـد ظهـور وتـداول الشـائعة أي أن لهـا طابعـاً دفاعياً من هنا برز التفكير في أهميـة وضـع اسـتراتيجية وقائيـة تسـتخدم كافـة وسـائل الإعلام من أجل توعية المواطنين بمفهوم الشائعات والظروف المرتبطة بنشـأتها وتطورهـا والمخاطر الناجمة عنها ، وكيفية تحليلها للكشف عن ما تتضمنه من أكاذيب ومغالطات . وتعتمـد هـذه الاسـتراتيجية عـلى التعـاون والتنسـيق بـين وسـائل الإعـلام والمـدارس والجامعات والمساجد وأجهزة وإدارات الإعلام الأمني وفريـق إدارة الأزمـة ولجـان رصـد ومتابعة الشائعات ، وترى استراتيجية الاتصال الوقـائي إلى تحقيـق أهـداف تربويـة عـلى المدى البعيد ، مع إبقـاء المجتمـع ومؤسسـاته في حالـة وعـي ويقظـة بمنـاخ الشـائعات وأساليب ترويجها وفي إطار هذه الاستراتيجية يمكن تنظيم دورات تدريبية لـبعض قـادة الرأي المحليين ، ورجال الإعلام والعاملين في إدارة الإعلام الأمنـي ، وذلـك لوضـع الخطـط التفصيلية والاتفاق على أساليب العمل لمواجهة الشائعات. وكذلك تصميم وبناء رسـائل إعلامية تتسم بالجدية والجاذبية والمصداقية لتوضيح مخاطر الشائعات وكيفية تحليلهـا والـرد عليهـا. وعلقـت الدراسـة عـلى الاسـتراتيجية السـابقة بملاحظتـين هـامتين : الأولى بالأهمية والفاعلية النسـبية لكـل مـن هـذه الاسـتراتيجيات السـت ، ومـا اذا كـان مـن الممكن استخدام أكثر من استراتيجية واحدة لمواجهة شـائعة مـا ، حيـث تفيـد البحـوث والخبرات العمليـة إلى إمكانيـة اسـتخدام أكـثر مـن اسـتراتيجية بحسـب طبيعـة ونـوع الشائعة المراد التصدي لها . في الوقت نفسه هنـاك أهميـة خاصـة وثابتـة للاسـتراتيجية الوقائية بحيـث ينبغـي عـلى وسـائل الإعـلام بعامـة ، وأجهـزة وإدارات الإعـلام الأمنـي الاهتمام بتبني وتنفيذ هذه الاستراتيجية ، مع تنمية ودعم مشـاركة مـنظمات المجتمـع الأهلي والعمل التطوعي ، لأنه من الضروري مشاركة المواطنين مـع الهيئـات الحكوميـة وغـير الحكوميـة في جهـود التصـدي للشـائعات ، عـلاوة عـلي جهـود الوقايـة مـن الشائعات. أما الملاحظة الثانية فهي أن الاستراتيجيات الست المقترحة هي اسـتراتيجيات مجتمعية عامة ، تختلـف عـن الاسـتراتيجيات الجزئيـة التـي قـد تسـتخدم في الشركـات

أو المـنظمات المحليـة أو الدوليـة والتـي تهـدف أساسـاً الي الـربح كالشركـات متعـددة الجنسية ، في هذا السـياق أجـرى بحـث مهـم عـلي 74 خبـيرا في العلاقـات العامـة مـن المهتمين بالتعامل مع الشائعات التي ترتبط بأنشطة الشركات الدولية التي يعملون بها . وقد رصدوا 17 استراتيجية للوقاية من أو تحييـد الآثـار السـيئة للشـائعات لعـل أهمهـا استراتيجيات عرض أسباب التغير في داخل هذه الشركات وشرح أسباب التغيـير ، والنفـي من خلال مصدر خارجي (من خارج الشركة) موثوق فيه ، وإنكـار الشـائعات بواسـطة مصدر مسئول في الشركة ، وإنشـاء خـط سـاخن لرصـد الشـائعات والإبـلاغ عنهـا ، وقـد اتفقت آراء أغلب هـؤلاء الخـبراء عـلى مخـاطر اسـتخدام اسـتراتيجيات الصـمت وعـدم التعليق ، والبحث عن من زرع الشائعة ومعاقبته ، وإطـلاق شـائعات مضـادة. وانتهـت الدراسـة إلى أنـه بـالرغم مـن أن اسـتراتيجيات العلاقـات العامـة لمواجهـة الشـائعات في الشركات تختلف عن استراتيجيات الإعلام للتصدي للشائعات التـي تضر بـالمجتمع إلا أن بعض الخبرات والدروس المستفادة التي اكتسبتها هذه الشركات يمكـن أن تفيـد في بنـاء الاستراتيجية المجتمعيـة العامـة للتصـدي للشـائعات ، ولعـل أهـم هـذه الـدروس هـي الوضوح والشفافية ، والامتناع عن التعليق واستخدام شائعات مضادة.

المصادر والمراجع

- عويضة ، محمد. علم نفس الإشاعة. بيروت : دار الكتب العلمية، 1996.
- إحدادن ، زهير. مدخل لعلوم الإعلام والاتصال. الجزائر : ديوان المطبوعات الجامعية ، 1991.
- فتحي عكاشة وشفيق زكي ، علم النفس الشائعات . الدار الذهبية . لبنان .
- سعيد مرسى. علم النفس الاجتماعي. الإسكندرية : المكتب الجامعي الحديث ، 1997.
- الإعلام والدعاية : الدكتور عبد اللطيف حمزة.
- مفردات الراغب الأصفهاني.
- الرأي العام الإسلامي : زهير الأعرج.
- النقد الثقافي .. تمهيد مبدئي للمفاهيم الرئيسية / ارثر ايزابرجر
- محمد صالح أمين / جريدة التآخي .
- جريدة الجزيرة السعودية
- جريدة الراية القطرية
- د. محمد أحمد النابلسي . استراتيجية الإعلام في مواجهة الشائعات والحرب النفسية .
- بيل جيتس ،المعلوماتية بعد الانترنت ،(الكويت ،سلسلة عالم المعرفة ،ت 131 ،1998)
- مجلة الإذاعات العربية ،عدد 1 ،2007 ،ص39
- عبد الله شقرون ،مرامي مجتمع المعلومات ودور الإذاعة والتلفزيون ،(تونس ، مجلة الإذاعات العربية ، ،العدد ،2005) ص 121
- إبراهيم عبد الله ألمسلمي ،الاعلام والمجتمع ، (القاهرة عالم الفكر ،2007).

- د.مـي العبـد اللـــه سـنو ،التلفزيـون والخـوف مـن المعرفـة ، مجلـة الإذاعـات العربية ،العدد 3 ،2005 ،ص106-107.
- فرانك كلبش ،ثورة الانفوميديا ،(الكويت ،سلسلة عالم المعرفة ،ت 253 ،1990)
- محمد عبد الحميد ،الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت ،(القاهرة ،عالم الكتب ،2007).
- السيد احمد مصطفى عمـر ،البحـث الإعلامـي مفهومـه إجراءاتـه، (عـمان، دار الفلاح ،2008)، ص109
- ذوقان عبيدات وآخرون، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه ،(عمان ، دار الفكر ،1998 ،ط6)، ص223
- د.نبيل علي ،الثقافة العربية وعصر المعلومات، (الكويت ،عـالم المعرفـة ، ت184 ،1990)
- نسيم ألخوري ،الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية ،(بيروت ،مركز دراسـات الوحدة العربية،2005)،
- ذوقان عبيدات وآخرون ،البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه ، (عمان ،دار الفكر ،1998، ط6)،
- د. نبيل علي ،الثقافة العربية وعصر المعلومات، (الكويت ،سلسلة عـالم المعرفـة، ت265 ،2001).
- مجلة News week / 14/يونيو / 2005 ، ص34
- عاطف عـدلي العبـد ، القنـوات المتخصصـة ،(القـاهرة دار الإيمـان ،2006) 16-عماد حسـن مكـاوي ،د.محمـود علـم الـدين ،تكنولوجيـا المعلومـات والاتصـال ،(القاهرة ،الدار العربية للنشر ،2009)
- جون هارتلي ،الصناعات الإبداعية ،ج1،(الكويت ،عالم المعرفة ،ت332 ،2007)
- مجلة تواصل ،العدد 14 ،حزيران /2007 ، ص17.
- http://www information gov saالاثنين 10/تموز /2006

- محمد منير حجاب، وسائل الاتصال، (القاهرة ،دار الفجر ،2009)
- الشبكة العربية للاتصالات :www Arab acad com
- مجلة تواصل ،العدد 23 /حزيران /2008 ،ص48.
- الصادق رابح ،الإعلام والتكنولوجيا الحديثة ، (الإمارات ، دار الكتاب الجامعي ،2004)
- محمد عبد الحميد ،نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ،(القاهرة ،عالم الكتب ،2004
- د. سعد لبيب ، دراسات في العمل التلفزيوني ، (بغداد ، مركز التوثيق الإعلامي ،1984) ، ص52 .
- (الشرق الأوسط، العدد الصادر بتاريخ 24-6-2012)
- الشريف، نبيل (1996): التحري الصحفي، ندوة حول الصحافة الاستقصائية، مركز الأفق الثقافي، الأردن.
- خطاب، أمل(2010):تكنولوجيا الاتصال الحديثة ودورها في تطوير الأداء الصحفي، ط1، دار العالم العربي للنشر.
- حامد، أحمد خليل(2011) كتابة التقارير الإخبارية، /www.sustech.edu staff_publications/20110824105334327.pdf
- حسن، علي (2009): دور الصحافة الاستقصائية في مكافحة الفساد المالي والإداري والحد من الجريمة المنظمة–من منشورات مدرسة الصحافة المستقلة، بغداد.
- جمال الجاسم المحمود (2008): التحقيق الصحفي مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية– المجلد 24 - العدد الثاني، 307-344.
- علم الدين، محمود (2000): الصحافة في عصر المعلومات: الأساسيات والمستحدثات، مطابع الأهرام، ط1، القاهرة.

- علم الدين، محمـود سـليمان وآخـرون (2010): ضـوابط التحقيقـات الصـحفية الأمنية-التحقيـق الصـحفي كشـكل مـن أشـكال التغطيـة الصـحفية التفسـيرية والاستقصائية، ط1، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.
- شلبية، محمد (2008):المخاطر التي تواجه الإعلاميين في الشرق الأوسـط، مجلـة اتحاد الجامعات العربية للآداب، المجلد الخامس، العدد الثاني.
- موقع الرائد للتدريب والتطوير الإعلامي ((www.al-raeed.net/training).
- عـلي، نبيـل(1994): العـرب وعصر المعلومـات، سلسـلة عـالم المعرفـة، د ط، الكويت.
- عبد المجيد، ليلى، علم الدين، محمود (2004): فـن التحريـر الصـحفي للجرائـد والمجلات، ط1، السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة.
- أمين، رضا(2008): دور وسـائل الإعـلام في تحقيـق التنميـة المسـتدامة في العـالم الإسـلامي،بحث مقـدم إلى مـؤتمر (التنميــة المسـتدامة في العـالم الإسـلامي في مواجهـة العولمـة) الـذي أقامتـه رابطـة الجامعـات الإسلامية والبنـك الإسـلامي للتنمية في الفترة من 17-19مايو2008.
- without Bordersعبدالحميـد، محمـد (1983)، تحليـل المحتـوى في البحـوث الإعلامية، جدة: دار الشروق.
- القـرني، عـلي شـويل (2003)، الخطـاب الإعلامـي السـعودي دراسـة تحليليـة لتعددية الرؤية الاجتماعية، بحث مقـدم للقـاء الـوطني الثـاني للحـوار الفكـري بمكة المكرمة، مركز الملك عبدا لعزيز للحور الوطني.
- بيت المال، حمزة، 1421هـ ، دراسة وصفية لمضامين الصحافة العربيـة اليوميـة المعاصرة. الرياض، مركز البحوث، كلية الآداب/ جامعة الملك سعود.
- ماكويل، دينس و ويندل، سفن. تعريب بيـت المـال، حمـزة. نمـاذج الاتصـال في الدراسات الإعلامية. 1417هـ

فهرس



مؤسسة طيبة
للنشر والتوزيع
7علام حسين - ميدان الظاهر - القاهرة
ت: 27876470-27867198 ف: 27876471(00202)
محمول: 01091848808-01112155522
Email : tiba_online@hotmail.com
tiba_online@yahoo.com
9774311213